

НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ НАУК УКРАЇНИ
ЛЬВІВСЬКА НАЦІОНАЛЬНА
НАУКОВА БІБЛІОТЕКА УКРАЇНИ ІМЕНІ В. СТЕФАНІКА
КЛАСИЧНИЙ ПРИВАТНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

*Кваліфікаційна наукова праця
на правах рукопису*

ГРЕНЬ ЗОРЯНА ТАРАСІВНА

УДК 070.481:[32/33+008](410.111):070(477)''1991/2019''(043.5)

ДИСЕРТАЦІЯ

**«THE ECONOMIST»: ФУНКЦІОНАЛЬНО-ТИПОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ,
ОСОБЛИВОСТІ ПРИСУТНОСТІ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРИ
УКРАЇНИ**

Спеціальність 27.00.04 – теорія та історія журналістики

Подається на здобуття наукового ступеня кандидата наук із соціальних комунікацій

Дисертація містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело

З. Т. Грень

Науковий керівник – Сніцарчук Лідія Віталіївна, доктор наук із соціальних комунікацій, професор

Запоріжжя – 2021

АНОТАЦІЯ

Грень З. Т. «The Economist»: функціонально-типологічні аспекти, особливості присутності в інформаційному просторі України. – Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата наук із соціальних комунікацій за спеціальністю 27.00.04 – теорія та історія журналістики. – Львівська національна наукова бібліотека імені В. Стефаника НАН України, Львів; Класичний приватний університет, Запоріжжя, 2021.

Дисертацію присвячено розв'язанню наукової проблеми – вивченню феномену пресової журналістики Великої Британії – тижневика «The Economist», зокрема з'ясуванню його історико-функціональних прикмет та типологічних ознак, дослідженню основних аспектів його присутності в інформаційному просторі України.

Мета дослідження полягає у визначенні функціонально-типологічної характеристики видання «The Economist» у контексті світової журналістики XIX–XXI ст. та виявленні особливостей його присутності в інформаційному просторі України.

Об'єктом дослідження є щотижневий періодичне видання журнального типу «The Economist-a». Предмет дослідження – особливості функціонування та типологічні характеристики видання «The Economist» у контексті світової журналістики XIX–XXI ст. та в інформаційному просторі України.

На підставі аналізу доробку українських науковців зроблено висновок про те, що тижневик «The Economist» донині систематично не вивчався, однак наукове осмислення певних аспектів його функціонування в контексті пресової журналістики Великої Британії може слугувати початковою платформою для комплексного дослідження як у межах власного національного медіапростору з проекцією на глобальний вимір, так і в українському інформаційному середовищі, на чому особливо акцентовано в дослідженні.

Наголошено на тому, що окремі аспекти функціонування досліджуваного британського тижневика українські науковці все ж розглядали, проте персоніфікований вимір його історії та організаційно-змістових трансформацій зміг бути відтворений лише на основі праць зарубіжних авторів. Постаті редакторів, журналістів та стейкхолдерів видання в історичній ретроспективі сформували те особливе проблемне поле, яке лише штрихами окреслено в цій роботі як фактор, що мав велике значення для побудови його іміджу та забезпечення надійності наповнюваного контенту.

Обґрунтовано місце і роль тижневика «The Economist» у британській та глобальній системах засобів масової комунікації, досліджено етапи розвитку видання, зокрема історію заснування і поступу, період поглиблення спеціалізації, поступове розширення проблемно-тематичних компонентів змісту, створення і функціонування дослідницького підрозділу «The Economist Intelligence Unit», запуск друкованих і мережевих додатків, перехід в онлайн-формат, розширення запуску блогерських платформ та запуск онлайн-щоденника «Economist Espresso». Сформульовано ідеологічні, ціннісні, стильові характеристики британського тижневика, обґрунтовано його приналежність до категорії якісної преси. Виокремлено пов'язану із «The Economist-ом» тематику, що найчастіше обговорювалася на професійних сайтах. Це досвід тижневика щодо запуску передплати на цифровий контент, інформація щодо зміни власності, прибутків, управлінських рішень, головних редакторів, продаж акцій тижневика тощо. Було наголошено на такому важливому аспекті зближення видання з аудиторією як персоналізація дискурсу «The Economist», зокрема через постать редактора Едварда Лукаса, який сьогодні позиціонується в Україні як експерт із питань міжнародної політики та безпеки в європейському регіоні.

Зазначено, що інтегрування «The Economist-a» до інформаційного простору України увиразнилося в обговоренні ефективності його типологічної моделі для українського медійного середовища. Відомий у західному світі авторитетністю, впливовістю і прибутковістю, чутливістю до аудиторних

вимог, демонстрацією ефективної інтеграції в інтернет-середовище та соціальні мережі, результативністю маркетингових стратегій, «The Economist» утвердився в Україні серед медійних, ділових і політичних кіл як взірць якісної, інтелектуальної й незалежної журналістики. Однак не всі спроби вкоренити досвід тижневика в українському медіапросторі були вдалими. Насамперед необхідною умовою сприйняття журналістики такого рівня була готовність аудиторії до розуміння її змісту на проблемно-світоглядному рівні, тобто наявність ерудованого середнього класу, готового платити за якісний інформаційно-аналітичний продукт.

Підкреслено, що залучені до контенту українських засобів масової комунікації журналістські матеріали британського тижневика дали можливість українській аудиторії отримати якісний аналіз і ґрунтовну аргументацію щодо подій, які можуть впливати на глобальному та міжнаціональному контекстах, та водночас ознайомитись зі ставленням світових медій до українських реалій. Тематика передруків часто пов'язана з проблемно-тематичним спрямуванням інших матеріалів номера і формувала з ними тематичний вузол. При цьому в деяких випадках такий передрук міг бути опорним для розкриття теми, а іноді – доповнювати оригінальні публікації українських пресодруків. Особливу вартість мають публікації, присвячені темам, які не охоплені українськими ЗМІ, зокрема аналізу подій на інших континентах – у Південній Америці, Африці, Азії, значення яких у глобальному вимірі сьогодні лише зростає. Велику увагу приділено китайській економіці, діяльності міжнародних корпорацій, глобальній банківській системі, валютним ринкам. Окрім того, відтворені на шпальтах «The Economist-a» та передруковані в українських виданнях статті охоплюють найважливіші технологічні новини і тенденції, які безпосередньо вплинули на економіку, банківську сферу, політичне життя, охорону здоров'я, подолання бідності, корупції, глобальні екологічні виклики. У світоглядно-філософському сенсі ці матеріали збагатили українського читача взірцями журналістики в руслі світових суспільних дискусій про трансформацію і подальшу долю суспільно-економічних систем – капіталізму і соціалізму, про

роль демократії в контексті стабільності. Чимало публікацій присвячено світовим лідерам, відомим персоналіям, які вплинули на світовий політичний та економічний процес, питанням освіти, менеджменту, мистецтву, культурі, літературі.

Вказано на те, що вивчення українського дискурсу в публікаціях «The Economist-a» останніх десятиліть спростувало тезу про поверховість, шаблонність, стереотипність і упередженість у висвітленні української тематики зарубіжними засобами масової комунікації. Підкреслено, що публікації цього видання відзначаються глибиною трактування й узагальнень, залученням широкого експертного кола, що позитивно вплинуло на способи відображення українського сьогодення порівняно з іншими засобами масової комунікації. З метою дотримання принципу історизму весь досліджуваний матеріал було поділено на три групи за хронологічним принципом, що відповідав ключовим етапам в історії України: перший – від здобуття незалежності до подій, що передують Помаранчевій революції (1991 р. – жовтень 2004 р.); другий – Помаранчева революція – події, які передують Революції Гідності (листопад 2004 р. – листопад 2013 р.); третій – від Революції Гідності до сьогодні (грудень 2014 р. – 2019 р.).

З'ясовано, що основний тематичний блок публікацій «The Economist» на першому етапі стосувався політичних проблем, що призвели до Помаранчевої революції та постреволюційних проблем. Серед них найголовнішими були: тотальна корупція, що вразила всі гілки влади, кумівство, нечесні суди, дисфункція влади, економічний колапс. Заполітизованість повідомлень про Україну на шпальтах тижневика повністю корелюється з такою ж особливістю повідомлень інших зарубіжних засобів масової комунікації.

Зазначено, що «The Economist» звертався до української тематики доволі часто, супроводжуючи свої рефлексії необхідним аргументаційним апаратом. Це одне з небагатьох видань, яке демонструє глибоку обізнаність в українському історичному, політичному, соціальному та культурному

«бекграунді». Це вкрай необхідно, коли уявлення про Україну в її ж цільовій аудиторії є недостатніми.

Отже, наукова новизна одержаних результатів полягає в тому, що вперше:

1) уведено до наукового обігу 89 англomовних праць зарубіжних дослідників, присвячених докладному вивченню історії світової, зокрема британської, журналістики XIX – початку XXI ст., що дає змогу отримати нові знання з теорії та історії галузі, ознайомитися з новітніми тенденціями вивчення світового медіадосвіду, його теоретичного розуміння й усвідомлення;

2) виявлено та охарактеризовано найбільш резонансні для українського соціуму публікації «The Economist-a», присвячені українським реаліям (819 статей), що дало можливість проаналізувати особливості висвітлення української проблематики (суспільна, політична, економічна, культурна) конкретним закордонним пресодруком, а відтак простежити характер сприйняття і розуміння цього контенту в українському масмедійному середовищі;

3) визначено й доведено, що специфіка опертя журналістів українських пресодруків на матеріали британського тижневика полягає у використанні цитувань, покликань, повнотекстових та фрагментарних передруків публікацій «The Economist-a», що сприяє об'єктивності висвітлюваних проблем та підсиленню аргументаційної бази українських масмедіа.

У роботі використано комплекс наукових методів: історичний, бібліографічно-описовий, біографічний, структурний аналіз, статистичний аналіз, компаративний, контекстуальний, аналітико-синтетичного опрацювання інформації та узагальнення, описово-аналітичний. Для вивчення друкованих масмедіа, які вміщували повнотекстові чи фрагментарні передруки, цитування матеріалів тижневика або ж посилання на них, було застосовано контент-аналіз з елементами дискурсивного аналізу – задля з'ясування взаємозалежності між типологічними характеристиками і тематикою різновидів запозичень та їхнім контентом.

Практичне значення одержаних результатів дисертації полягає в тому, що теоретичні положення та висновки розкривають тематичні напрями для нових наукових досліджень зарубіжної преси, зокрема для вивчення її впливу на українське суспільство. Використання результатів та висновків дослідження в журналістській практиці сприятиме розширенню інформаційно-аналітичних можливостей та покращенню фахової майстерності, виробленню певного алгоритму в роботі масмедіа. Матеріали дисертації можуть бути використані при підготовці посібників, науково-методичних розробок, лекцій, практикумів, семінарів, уведені до відповідних освітньо-професійні програм вищих закладів освіти, що готують фахівців за спеціальністю 061 «Журналістика», а також до навчальних курсів: «Історія зарубіжної журналістики», «Вступ до журналістики» «Теорія та методика журналістської творчості», «Зарубіжна журналістика: теорія, історія, сучасна практика» тощо.

Ключові слова: пресова журналістика, інформаційний простір, британський тижневик, журнал новин, тенденції розвитку преси, контент, друковані масмедіа, масмедійне середовище, тематична стратифікація публікацій.

SUMMARY

Hren Z. T. «The Economist»: functional and typological aspects, features of presence in Ukraine's information space. – Qualification scientific work on the rights of a manuscript.

Thesis for the Candidate of Sciences in Social Communications Degree Specialty 27.00.04 – Theory and History of Journalism. – Vasyl Stefanyk National Scientific Library of Ukraine in Lviv; Classic Private University, Zaporizhzhia, 2021.

The thesis is focusing on solving the scientific issue of «The Economist» weekly, one of phenomena in British press journalism and on clarifying its historical, functional and typological features as well as the study of the main aspects of its presence in Ukraine's information sphere.

The purpose of the study is to unfold the main trends in the development and functioning of the weekly «The Economist», to clarify its typological features, to characterize its activities in the context of world journalism of the 19th–20th centuries, as well as to describe the features of its presence in Ukraine's media.

The object of the study is «The Economist» weekly. The subject of the study is the functional and typological aspects of «The Economist», the forms of its presence in the Ukrainian media, the features of how it is reflecting to various (society, politics, economy, culture) Ukrainian issues.

The analysis of Ukrainian scholars publications provides the conclusion that «The Economist» weekly has not yet received a systematic study. It is also noted that scientific revealing of certain aspects of its activity in the context of British press journalism can serve as a starting platform for comprehensive study both within its own national media system as well as a global one and in the Ukrainian information sphere, which in our study has a special emphasis.

Certain aspects of the British weekly's functioning were primarily considered by Ukrainian researchers while the personal dimension of its history, transformations of its organizational structure and content could be reproduced only on the basis of works by foreign authors. The historical figures of editors, journalists and stakeholders form an important research area. Their significance is shown as a factor for effective building the image of publication and ensuring the reliability of its content.

The place and role of «The Economist» in the British and global media systems are investigated, the stages of the publication's development are highlighted, including the history of its foundation and progress, particularly the periods of deep specialization and the next diversification of topics and themes. The establishing of The Economist Intelligence Unit in 1946, launching of digital apps, blogging platform and daily online newspaper «The Economist Espresso» are regarded to be the key for its development. The ideological, value, stylistic features of the British weekly are defined, its referring to the category of quality press is explained. The

main issues in discussions about «The Economist» on professional journalistic internet resources (blogs) and journals are outlined. This includes the weekly's launching subscriptions to digital content, information on changes in ownership, profits, management decisions, changes in editors-in-chief position, sales of the weekly's shares and others. The thesis also emphasise on such an important aspect of bringing the publication closer to Ukrainian audience as the personalization of «The Economist»'s discourse, in particular through the figure of editor Edward Lucas, who is currently positioned in Ukraine as an expert on international politics and security in the European region.

It is noted that «The Economist»'s integration into Ukraine's information media space was accompanied with discussions of the effectiveness of its typological model for the Ukrainian media environment. In the West it is well-known for its authority, influence and profitability, sensitivity to audience requirements, demonstration of effective integration into the Internet environment and social networks, effectiveness of its marketing strategies. In Ukraine it is regarded by media, business and political circles as a model of quality, intellectual and independent journalism. However, not all attempts to root «The Economist»'s experience by the Ukrainian media have been successful. First of all, a necessary condition for the perception of the «The Economist»-level journalism is an appropriate audience which can understand its global content, that is the existing erudite middle class willing to pay for quality information and analytical content.

Involving of the journalistic texts from this British weekly to the content of Ukrainian mass media gave the Ukrainian audience the opportunity to receive a quality analysis and thorough argumentations for events that may have an impact in global and international contexts, and at the same time get acquainted with world media attitude to Ukrainian realities. Topics of reprints from «The Economist» are often defined by news agenda and related with the subject of the whole issue and formed a thematic unit with them. In some cases such a reprint (if it is in a digital) could contain a link to original material. Reprints on topics that are not usually covered by the Ukrainian media, including the analysis of events on other continents

– in South America, Africa, Asia, whose importance in the global dimension is growing today are of great value. Much attention is paid to the Chinese economy, the activities of international corporations, the global banking system, foreign exchange markets. Some articles reproduced from «The Economist» cover technological news and trends, banking, politics, health, poverty reduction, corruption, and global environmental challenges. These materials show Ukrainian readers the examples of journalism touching world public debates about the transformation and further fate of social and economic systems, especially capitalism and socialism, the role of democracy in the context of stability. Many articles are devoted to world leaders, prominent figures influencing global political and economic process, education, management, art, culture, literature etc.

The study of Ukrainian discourse on the «The Economist»'s pages in recent decades has refuted the thesis about superficiality, stereotyping and bias in the coverage of Ukrainian issues by this foreign media. It is noted the depth of interpretation and generalization in the texts of «The Economist», the role of experts who impacted on the ways of covering Ukrainian issues, compared to other media. According to the principle of historicism, all the studied materials were divided into three groups according to the chronological principle, which corresponded to a key stages in the history of Ukraine: the first – from independence to the events leading up to the Orange Revolution (1991 – October 2004); the second – the Orange Revolution – the events that preceded the Revolution of Dignity (November 2004 - November 2013); the third – from the Revolution of Dignity to the present day (December 2014 – 2019).

It was argued that the main thematic block of «The Economist»'s publications at all stages concerned the political problems that led to Revolutions and the post-revolutionary problems. Among them, the most important were: total corruption, which affected all branches of government, nepotism, dishonest courts, uneffective governments and economic collapse. The politicization of news about Ukraine on the pages of «The Economist» is completely correlated with the same feature of reports of other foreign media.

«The Economist» addresses to Ukrainian issues quite often, accompanying its reflections with the necessary arguments. This is one of the few publications that demonstrates a deep awareness of Ukrainian historical, political, social and cultural «background». This is extremely important when the knowledge about Ukraine in its target audience is insufficient.

The scientific novelty of this study is that for the first time:

1) 89 English-language publications by foreign researchers devoted to the history of world and British journalism of the 19th – early 21st centuries, which allows to gain new knowledge of the theory and history of mass media, to get acquainted with the latest trends in world media experience, its theoretical understanding and awareness;

2) The articles covering Ukrainian issues on the pages that Ukrainian society reacted most of all (over 819 articles) were identified and characterized. This analysed allowed to outline the main features in covering Ukrainian issues (social, political, economic, cultural) by the studied weekly, and then trace the way of their interpreting by Ukrainian mass media environment;

3) the ways in which Ukrainian journalists and publications use «The Economist»'s article include citations, quotations, full-text and fragmentary reprints, contributes to the completeness of the issues covered by Ukrainian media actants.

Scientific methods used in the work comprise: historical, bibliographic, descriptive, biographical methods, structural analysis, statistical analysis, comparative, contextual, analytical-synthetic processing of information and generalization, descriptive and analytical analysis. To study the print media a content analysis with elements of discursive analysis was used dealing with full-text or fragmentary reprints, citations of weekly materials, or references to them, to clarify the interrelations between typological characteristics, topics and of forms of usage for their content.

The practical significance of the obtained results offer the possibility to use the theoretical statements and conclusions in revealing subject areas for new scientific research of the foreign press, in particular for the study of its impact on Ukrainian

society. The usage of research results and conclusions in journalistic practice will contribute to the improvement of information, analytical and professional skills, to the development of a certain algorithm in the work of the mass media. The thesis results can be used for preparing manuals, methodological materials, lectures, workshops, seminars, for introducing into the educational and professional programs of higher education institutions that train specialists in the specialty 061 «Journalism», as well as for training courses: «Foreign journalism», «Introduction to journalism», «Theory and methods of journalistic creativity», «Foreign journalism: theory, history, modern practice» etc.

Key words: press journalism, information space, British weekly, news magazine, trends of press development, content, print mass media, mass media environment, thematic stratification of content.

СПИСОК ПРАЦЬ ЗДОБУВАЧА

Публікації, що висвітлюють основні наукові результати дисертації

Статті в наукових фахових виданнях України

1. Грень З. Англійський тижневик «The Economist» (1843–2000) як тип видання. *Збірник праць Науково-дослідного центру періодики*. Львів, 2000. Вип. 7. С. 357–365.
2. Грень З. Світ у 2050 році (за матеріалами публікацій журналу «The Economist» (1999 р.)). *Збірник праць Науково-дослідного центру періодики*. Львів, 2000. Вип. 8. С. 384–391.
3. Грень З. Проблеми європейської інтеграції на сторінках тижневика «The Economist» (1997–2000 рр.). *Вісник Львівського університету. Серія журналістика*. Львів, 2001. Вип. 21. С. 311–316.
4. Грень З. Україна на сторінках англійського тижневика «The Economist» (1991–2000 рр.). *Збірник праць Науково-дослідного центру періодики*. Львів, 2001. Вип. 9. С. 492–499.

5. Грень З. Місце тижневика «The Economist» у системі британської преси першої половини ХІХ ст. *Збірник праць Науково-дослідного центру періодики*. Львів, 2006. Вип. 14. С. 416–423.

6. Грень З. Особливості структури спеціалізованого періодичного видання (на прикладі тижневика «The Economist»). *Збірник праць Науково-дослідного центру періодики*. Львів, 2007. Вип. 15. С. 422–428.

7. Грень З. «The Economist»: типологічні характеристики видання. *Збірник праць Науково-дослідного центру періодики*. Львів, 2008. Вип. 1 (16). С. 422–433.

8. Грень З. Тижневик «The Economist» у контексті розвитку журналістики Великобританії ХІХ–ХХ століть. *Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки. Серія Філологічні науки*. Луцьк: ВНУ ім. Лесі Українки, 2009. № 23. С. 35–40.

9. Грень З. Українська нація в журналістському дискурсі «The Economist» (1991–2014 рр.). *Вісник Львівського національного університету. Серія журналістика*. Львів, 2015. Вип. 39. С. 16–20.

10. Грень З. Преса Великої Британії як об'єкт вивчення у працях українських медіадослідників. *Образ*. 2020. Вип. 2 (34). С. 42–53.

Стаття в зарубіжному фаховому виданні

11. Грень З. «The Economist» в українському масмедійному середовищі: комунікаційний аспект. *Knowledge, Education, Law, Management*. 2020. № 5 (33). С. 102–115.

Публікації, що додатково відображають наукові результати дисертації та засвідчують обов'язкову апробацію матеріалів дисертації

Матеріали конференцій

12. Грень З. Т. Типологічні особливості українських універсальних ділових тижневиків. *Українська періодика: історія і сучасність*: доп. та повідомл. дев'ятої Всеукр. наук.-теорет. конф., Львів, 28–29 жовт. 2005 р. Львів, 2005. С. 465–467.

13. Грень З. Сучасна українська ділова преса: типологічна структура. *Książka, biblioteka, informacja – między podziałami a wspólnotą: międzynarodowa*

konferencja naukowa: streszczenia referatów, Kielce-Wólka Milanowska, 1–12 kwietnia, 2006. Kielce ; Wolka Milanowska, 2006. S. 23.

14. Грень З. З досвіду видання світової преси: редактори і журналісти тижневика «The Economist» (1843 р. – початок ХХ ст.). *Українська періодика: історія і сучасність* : доп. та повідомл. десятої Всеукр. наук.-теорет. конф., Львів, 31 жовт. – 1 листоп. 2008 р. Львів, 2008. С. 622–630.

15. Грень З. Культурна журналістика та «The Economist» (на прикладі публікацій про національні бібліотеки). *Science and Technology. Abstracts of the 8th International scientific and practical conference*. Nika Publishing. Manchester, Great Britain, 2020. P. 39–43.

16. Грень З. Т. Британський тижневик «The Economist» в інформаційному просторі України (за матеріалами національних друкованих періодичних видань). *Wissenschaftliche Ergebnisse und Errungenschaften: 2020* : der Sammlung wissenschaftlicher Arbeiten «ΛΟΓΟΣ» zu den Materialien der internationalen wissenschaftlich-praktischen Konferenz (B.3), 25 Dezember, 2020. München, Deutschland : Europäische Wissenschaftsplattform, 2020. S. 9–11.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	16
РОЗДІЛ 1. ПРЕСА ВЕЛИКОЇ БРИТАНІЇ ЯК ОБ’ЄКТ НАУКОВОГО ВИВЧЕННЯ	24
1.1. Стан наукового опрацювання проблеми в дослідженнях українських науковців.....	24
1.2. Британська преса і «The Economist» у працях зарубіжних науковців.....	37
Висновки до розділу 1.....	54
РОЗДІЛ 2. «THE ECONOMIST»: ІСТОРИКО-ФУНКЦІОНАЛЬНІ ТА ТИПОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ.....	57
2.1. Історія тижневика крізь призму трансформації від традиційного пресодруку до сучасного медіаресурсу	57
2.1.1. Започаткування і розвиток тижневика	57
2.1.2. Творчий колектив: редактори, журналісти, автори	68
2.1.3. Комунікаційні стратегії в умовах сучасності	77
2.2. Журнал новин: типологічні характеристики.....	92
Висновки до розділу 2.....	101
РОЗДІЛ 3. «THE ECONOMIST» В УКРАЇНСЬКОМУ МЕДІЙНОМУ СЕРЕДОВИЩІ.....	105
3.1. «The Economist» в українському соціумі: комунікаційний аспект	105
3.2. Тематична стратифікація контенту тижневика в українській пресі	122
Висновки до розділу 3.....	144
РОЗДІЛ 4. «THE ECONOMIST»: РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ УКРАЇНИ У СВІТОВОМУ ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРИ.....	147
4.1. Від проголошення незалежності до Помаранчевої революції (1991–2004 рр.)	149
4.2. Від революції до революції (2004–2013 рр.)	174
4.3. Від Революції Гідності до сьогодні (2013–2019 рр.).....	188
Висновки до розділу 4.....	195
ВИСНОВКИ	200
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	206
ДОДАТКИ.....	246

ВСТУП

Обґрунтування вибору теми дослідження. Розвиток українського суспільства після здобуття незалежності спрямований на поступове й наполегливе формування нового соціокомунікативного простору. Українське масмедійне середовище стало особливо наголошувати на доцільності переймання стандартів журналістики, взоруючись на поважні європейські та американські засоби масової комунікації, як-от: «Die Zeit», «The Daily Telegraph», «Financial Times», «The New York Times», «Washington Post» тощо. Досвід закордонних журналістів у висвітленні складних суспільно-політичних, економічних, культурних проблем соціуму й надалі є затребуваним. Особливу увагу, зокрема, привертають матеріали впливового британського тижневика «The Economist», який розпочався ще 1843 р. у Лондоні й виходить донині. З позицією тижневика звіряють своє бачення дійсності пресові масмедіа не лише Великої Британії, а й інших європейських країн. Значною мірою посиляються на погляди, твердження, висновки британських колег журналісти сучасних українських пресодруків «День», «Новое время», «Україна молода», «Український тиждень», інших вітчизняних газет і журналів. Саме це актуалізує потребу різноаспектного вивчення потужного медіадосвіду тижневика, зокрема його історико-функціональних та типологічних рис, а також з'ясування особливостей входження до інформаційного простору України.

Теоретичне підґрунтя дослідження сформували праці, присвячені: *історії британської пресової журналістики загалом і окремих пресодруків XIX–XX ст. зокрема*: Е. Арессе, Ю. Бідзілі, Р. Вайсмана, Р. Едвардс, І. Жиленко, А. Зевіна, О. Кирилової, М. Конбоя, О. Мелещенка, Р. Неграйна, М. Палієнко, В. Парсонса, К. Сіріньок-Долгарьової, І. Срібняка, В. Трикова, Т. Хітрової, Б. Чернякова та ін.; *теорії журналістики та пресознавства*: В. Здоровеги, Н. Зелінської, В. Іванова, І. Крупського, В. Лизанчука, А. Москаленка, Б. Потятиника, Є. Прохорова та ін.;

типології преси: Ю. Бужинської, С. Гур'євої, Л. Дудченко, В. Московцевої, Е. Огар, Л. Теплової та ін.; *якісній британській пресі:* С. Блавацького, Н. Габор, М. Житарюка, Т. Лиля, Й. Лося та ін.; *специфіці міжнародної медіакомунікації:* А. Бессараб, О. Зернецької, Н. Зикун, Л. Пономаренко та ін.; *особливостям контенту зарубіжної преси:* О. Бутирського, В. Павленко, О. Ткаченко, С. Тхоровської та ін.; *іміджу України в закордонних масмедіа:* М. Бутиріної, Н. Варех, Т. Водотики, Ю. Гаркавенко, Т. Гиріної, В. Гусєвої, Н. Зикун, Є. Магди, І. Слісаренка та ін.

Аналіз праць, у яких висвітлено дотичні до титульної теми аспекти, свідчить, що британський тижневик «The Economist» досі ще не був об'єктом як системного вивчення в історико-пресознавчому контексті, так і типологічного дослідження; не осмислено також його досвід входження в інформаційний простір України. Усе це зумовило вибір теми дисертації, її мету й завдання.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Проблематика дисертації пов'язана з науковими темами Науково-дослідного інституту пресознавства Львівської національної наукової бібліотеки України імені В. Стефаника: «Періодика другої половини ХІХ – першої третини ХХ ст. на українських землях: бібліографічні, функціонально-типологічні, біографічні компоненти» (державний реєстраційний номер 0113U006489), «Українська преса першої чверті ХХ ст.: репертуар, бібліографічні виміри, комунікаційне середовище» (державний реєстраційний номер 0116U008302), «Українська преса 1920–1930-х рр.: типологічні моделі, інформаційні можливості, журналістські спільноти» (державний реєстраційний номер 0120U101191), однією з виконавців яких є здобувачка.

Мета й завдання дослідження. *Мета дослідження* – надати функціонально-типологічну характеристику видання «The Economist» у контексті світової журналістики ХІХ–ХХІ ст. та виявити особливості його присутності в інформаційному просторі України.

Для досягнення цієї мети поставлено такі *завдання*:

– проаналізувати стан вивчення преси Великої Британії загалом і «The Economist-a» зокрема в українському та закордонному науковому дискурсі й визначити основні тематичні напрями досліджень;

– охарактеризувати особливості становлення тижневика, його еволюційну динаміку, окреслити коло особистостей (редакторів та журналістів), причетних до його розвитку;

– з'ясувати специфіку функціонування тижневика на сучасному етапі, окреслити його тематичні, ідеологічні, ціннісні домінанти, особливості переходу від друкованого пресового видання до сучасного медіаресурсу;

– визначити типологічну модель тижневика, розкрити його цільові, тематичні, аудиторні характеристики;

– схарактеризувати своєрідність присутності «The Economist-a» в інформаційному просторі України, відстежити й розглянути найбільш резонансні для українського соціуму публікації тижневика шляхом наскрізного аналізу контенту українських масмедіа за 1991–2019 рр.;

– виявити та проаналізувати основні тенденції висвітлення в тижневику української проблематики впродовж 1991–2019 рр.

Об'єкт дослідження – тижневик «The Economist» (Велика Британія).

Предмет дослідження – особливості функціонування та типологічні характеристики видання «The Economist» у контексті світової журналістики XIX–XXI ст. та в інформаційному просторі України.

Хронологічні межі дослідження охоплюють 1991–2019 рр. Нижня межа цього періоду пов'язана зі здобуттям незалежності України і, відповідно, початком докорінних змін в українському інформаційному просторі, що став реформуватися в бік європейських стандартів журналістики, пошуку ефективних моделей функціонування, та одночасним проникненням української проблематики на сторінки світової преси. Верхня межа, 2019 р., охоплює сьогодення і, замикаючи майже тридцятирічну ретроспективу, засвідчує продовження взаємоінтеграційного процесу між українськими й

закордонними масмедіа, якісна, надійна та об'єктивна аналітика яких асоціюється, зокрема, з тижневиком «The Economist».

Емпірична база дослідження: тижневик «The Economist» за 1991–2019 рр. (понад 1500 чисел), сайт www.economist.com; українські газети «Голос України» (1991–2019), «Дело» (2005–2019), «День» (1996–2019), «Дзеркало тижня» (1994–2019), «Инвестгазета» (1995–2014; 2017–2019), «Сегодня» (1997–2019), «Україна молода» (1991–2019), «Экономические известия» (2006–2014) та журнали «Бізнес» (1992–2019), «Контракти» (1990–2019), «Кореспондент» (2002–2019), «Новое время» (2014–2019), «Український тиждень» (2007–2019), «Фокус» (2006–2019), «Експерт Україна» (2004–2019), «Forbes Україна» (2011–2019).

Методи дослідження. У ході виконання поставлених завдань дослідження використано такі методи: *історичний* – для вивчення історичного контексту заснування, розвитку та функціонування тижневика; відтворення перебігу ключових подій української історії, до яких він звертався у своїх матеріалах (підрозділ 2.1, розділ 4); *бібліографічно-описовий* – для формування джерельної бази, опрацювання історіографічної складової; *біографічний* – для вивчення внеску журналістів і редакторів у заснування тижневика та його розвиток (пункт 2.1.2); *структурний аналіз* – для розгляду тижневика як єдності його компонентів, зв'язків між ними (підрозділ 2.2); *аналітико-синтетичне опрацювання інформації та узагальнення* – для визначення специфіки сучасної преси в усьому її типологічному розмаїтті та конкретно стосовно тижневика «The Economist» (розділи 2–4); *компаративний* – для виокремлення спільного й відмінного в усьому масиві досліджуваних даних (розділи 1–4); *контекстуальний* – для вивчення впливу соціальних, політичних, культурних чинників на формування пресової журналістики у Великій Британії XIX–XXI ст. та в Україні 1991–2019 рр. (підрозділ 2.1, розділи 3, 4); для виявлення типологічних, функціональних і структурних особливостей тижневика (розділ 2), а також періодичних видань, які вміщували передруки та цитування з «The Economist-a» (розділ 3); *контент-аналізу* – для встановлення взаємозалежності між типологічними характеристиками й тематикою передруків та цитувань, їхнім

контентом; для окреслення й інтерпретації масиву публікацій різної тематики (розділи 3, 4); *описово-аналітичний* – для ідентифікації факторів, характерних для журналістського способу рефлексій на визначальні явища та процеси суспільного життя (розділи 3, 4); *системний* – для визначення місця тижневика в системі преси, а його публікацій – у глобальному потоці відтворення й аналізу українського суспільно-політичного життя в закордонній пресовій журналістиці, його участі у формуванні іміджу України (розділи 3, 4).

Наукова новизна одержаних результатів полягає в тому, що:

вперше:

– уведено до наукового обігу в Україні 89 англomовних праць закордонних дослідників, присвячених історії світової, зокрема британської, журналістики XIX – початку XXI ст., що дало змогу отримати нові знання з теорії та історії галузі, виявити новітні тенденції вивчення світового медіадосвіду і його теоретичного осмислення, що полягають у зосередженні уваги науковців на такому: історії медіабрендів крізь призму політичних та ідеологічних концепцій (демократії, лібералізму, впливу різних типів масмедіа на політичне життя), тобто політизації історичних медіадосліджень; американізації європейських ЗМК; трансформації традиційних форм медіа, дифузії жанрових форм, стрімкому розширенні цифрового контенту; впливі маркетингових стратегій на успішність функціонування медіабрендів; характеристиках аудиторії з урахуванням диверсифікації ЗМК на різних платформах; медіаконтенті в порівняльному аспекті;

– виявлено та охарактеризовано найбільш резонансні для українського соціуму публікації «The Economist-а», присвячені українським реаліям (819 статей), на підставі яких виділено низку підходів до висвітлення української проблематики: *ідейно-концептуальні* (політизація новин українського життя, сфокусованість на Україні як нестабільному чиннику політичної та економічної безпеки в Європі; акцент на суспільних чинниках, що роз'єднують, – мова, ідеологія, релігія, історія, громадська пасивність населення); *політико-правові* (засудження неефективних та нерішучих дій

влади (інституту президента, парламенту, уряду) у просуванні реформ; чітка дихотомія влада-народ у розгляді української проблематики; підтримка розвитку громадянського суспільства в Україні та свободи слова; однозначна підтримка територіальної цілісності України; засудження російської агресії на Сході й окупації Криму, підтримка санкцій міжнародних організації щодо Росії); *часово-просторові* (постійний зв'язок з актуальним політичним порядком денним з розширенням на загальноєвропейський і глобальний контекст та одночасним висвітленням регіонального українського контексту, що дає змогу бачити Україну в її багатовимірності й мультикультурності, акценти на географічному розмаїтті українського простору, часте зіставлення з іншими країнами); *жанрово-структурні* (багатошарове накладання подієвого контенту для максимального висвітлення однієї теми, використання фрагментів репортажу в загальній розповідній канві тексту для посилення психологічного ефекту присутності на місці події, часте введення людських образів для побудови неабстрактного, а олюденного зв'язку із читачем (політики, урядовці, експерти, громадяни), звертання до фактографічної, фінансової, економічної інформації, графічний та діаграмний аргументаційний супровід, прогностичні фінальні оцінки); *мовностилістичні* (широке використання емоційно забарвленої лексики, ідіом, фразеологізмів, відсилок до пам'яток культури, світової та регіональної історії, регіональної лексики з метою відтворення в текстах національного колориту; активне залучення в текстову канву історичних паралелей і суспільно-політичних порівняльних контекстів);

– визначено й доведено, що специфіка опертя журналістів українських пресодруків на матеріали британського тижневика полягає у використанні цитування, покликання, повнотекстових та фрагментарних передруків публікацій «The Economist-a», що сприяє об'єктивності висвітлюваних проблем і підсиленню аргументаційної бази українських масмедіа;

удосконалено:

– систематизацію основних чинників, що впливають на зарахування періодичних видань до типу журналу новин, таких як: періодичність, зв'язок з

актуальним порядком денним, відсутність тематичних обмежень, відбір новин на підставі їх значущості для суспільства, обов'язкова наявність аналітичного компоненту, доступність викладу, журналістський підхід до висвітлення подій, наявність ілюстративного та графічного супроводу публікацій;

набуло подальшого розвитку:

– спостереження над науковим осмисленням явища проникнення й використання чинної ефективної моделі закордонного засобу масової комунікації в українському медіасередовищі, що виявляються в практиці українських ЗМК через запровадження концептуальних підходів до формування та структурування контенту за взірцем іншого видання, досвіду його медіаменеджменту й маркетингу, застосування успішних супутніх форм діяльності (організація конференції, форумів, майстер-класів та глобальних дискусійних майданчиків), як у довільній формі, так і в рамках можливого ко-брендингу;

– дослідження особливостей реагування на події українського суспільно-політичного життя в закордонних засобах масової комунікації, зокрема через поглиблене вивчення національних історичних і ментальних особливостей, аналогії та паралелі з іншими націями й суспільно-політичними формаціями, вибудовування політико-економічного та культурного контексту як обов'язкового компоненту аргументації, залучення широкої експертної бази.

Практичне значення одержаних результатів полягає в такому:

– у *науково-практичній площині* – теоретичні положення та висновки розкривають тематичні напрями для нових наукових досліджень закордонної преси, зокрема для вивчення її впливу на українське суспільство. Використання результатів та висновків дослідження у журналістській практиці сприятиме розширенню інформаційно-аналітичних можливостей та покращенню фахової майстерності, виробленню певного алгоритму в роботі масмедіа;

– у *практичній діяльності* – запропоновані основні моделі вивчення пресового видання в історико-функціональному й типологічному аспектах використано в історико-бібліографічних та історико-пресознавчих дослідженнях новітнього етапу історії журналістики, які провадяться в

Науково-дослідному інституті пресознавства ЛННБ України ім. В. Стефаніка;

– у навчальному процесі – отримані теоретичні та практичні результати дослідження використано як матеріали до низки навчальних курсів для підготовки фахівців за спеціальністю 061 «Журналістика» у ЛНУ ім. Івана Франка (довідка № 123/ж від 25.11.2020), УАД (довідка № 64-10/493 від 17.09.2020), НУ «Львівська політехніка» (довідка від 25.05.2020).

Особистий внесок здобувача. Дисертацію, автореферат й опубліковані наукові статті, в яких викладено основні положення роботи, здобувачка виконала самостійно.

Апробація результатів дослідження. Результати дослідження доповідалися та обговорювалися на міжнародних і всеукраїнських науково-теоретичних та науково-практичних конференціях: «Українська періодика: історія і сучасність» (м. Львів, 2005, 2008, 2018 pp.); «Książka, biblioteka, informacja – między podziałami a wspólnotą» (м. Кельце, 2006 p.); «Українська журналістика в двохсотлітній ретроспективі» (м. Харків, 2012 p.); «Стандарти журналістики та професійної освіти в період суспільних трансформацій» (м. Львів, 2015 p.); «Пресознавство як компонент соціокультурних досліджень» (м. Львів, 2015, 2016, 2017, 2019 pp.); «Українські ЗМІ в європейському інформаційно-комунікаційному просторі: історія, стан, перспективи» (м. Ужгород, 2019 p.); «Wissenschaftliche Ergebnisse und Errungenschaften» (м. Мюнхен, 2020 p.); «Science and Technology» (м. Манчестер, 2020 p.).

Публікації. Основні положення й результати дослідження відображено в 16 друкованих працях, з яких: 10 – статті в наукових фахових виданнях України, 1 – стаття в зарубіжному науковому періодичному виданні, 5 – матеріали конференцій.

Структура та обсяг дисертації. Робота складається зі вступу, чотирьох розділів, висновків, списку використаних джерел, додатків. Повний обсяг дисертації – 270 сторінок, з яких основного тексту – 190 сторінок. Список використаних джерел містить 432 найменування.

РОЗДІЛ 1

ПРЕСА ВЕЛИКОЇ БРИТАНІЇ ЯК ОБ'ЄКТ НАУКОВОГО ВИВЧЕННЯ

1.1. Стан наукового опрацювання проблеми в дослідженнях українських науковців

У роки незалежності України значно розширилося тематичне коло дослідницьких проблем, які прагнуть розв'язати науковці, що працюють у сфері гуманітаристики. Чималі можливості розкрилися, зокрема, перед дослідниками, що мають на меті вивчати різноаспектну проблематику, яка належить до галузі наук із соціальних комунікацій. Адже доступ до ретельно прихованих унаслідок ідеологічних заборон джерел дав змогу окреслити нові дослідницькі парадигми, по-новому прочитати інформацію, що до цього пропонувалася користувачам під чітко вивіреним ідеологічним поглядом. Серед нових тем, результатами досліджень яких оперує нині наука із соціальних комунікацій, є, зокрема, проблеми становлення і функціонування української преси від часів її зародження на українських землях, особливості розвитку української еміграційної преси ХІХ–ХХ ст., що виходила в Австрії, Великій Британії, Польщі, Канаді, США, Угорщині, Швейцарії та інших країнах мешкання українців, що вимушені були покидати рідні землі внаслідок відомих причин. Цінними для теорії та історії журналістики є також праці, в яких докладно аналізується специфіка функціонування емігрантської преси, на загальний стан якої суттєво впливають сучасні процеси й тенденції, що формуються під впливом нової реальності та тих змін, про що неодноразово вели мову науковці.

Разом із цією тематикою важливими й потрібними українській науці із соціальних комунікацій є праці, в яких досліджується не лише український, а й світовий медіадосвід. Аналіз діяльності засобів масової комунікації загалом, преси, радіо, телебачення, а також нових медіа, які продовжують активно

розвиватися, є нині затребуваним у середовищі фахівців – науковців, практиків, тих, хто тільки долучається до здобуття фаху журналіста.

З огляду на тематику нашого дослідження особливо варто відзначити інтерес науковців до етапів становлення і функціонування відомих широкому загалу періодичних видань, їх розвитку, специфіки контенту та його жанрового втілення, а також швидкою реакцією їх редакційних колективів на виклики й загрози сьогодення.

Сьогодні преса Великої Британії серед українських науковців є однією з найбільш досліджуваних, разом із пресою Італії, Німеччини, Польщі, Франції, США. Вивчення історіографії питання засвідчує, що в українських журналістикознавчих осередках радянського періоду британська преса не досліджувалась, на відміну від факультетів журналістики у РФССР, де це відбувалось, хоча й тенденційно та однобоко.

Як позитивний чинник варто відзначити той факт, що сьогодні дослідження преси Великої Британії хоч і враховують наявний радянський доробок, однак відрізняються методологічно і концептуально, до того ж ґрунтуються на значно ширшій джерельній базі. Особливо варто наголосити на важливості компаративних досліджень, які мають на меті вивчення національних особливостей та зіставлення із ЗМК інших країн. Вагоме значення в цьому контексті має доступ до повнотекстових і анотованих баз даних та наукової інформації, цифрових бібліотек та архівів, що сприяє введенню до наукового обігу доробку зарубіжних учених та уможливорює наукову дискусію із зарубіжними колегами з важливих питань, зокрема щодо розвитку журналістики в майбутньому. Практичне значення таких досліджень для українського пресознавства полягає в аналізі досвіду становлення і функціонування окремих медіа, пошуку типологічних паралелей та перспектив упровадження окремих моделей в український медіаландшафт.

Сьогодні вагомі результати досліджень закордонних ЗМК, у тому числі преси Великої Британії, демонструють такі наукові центри як Інститут журналістики КНУ ім. Тараса Шевченка, факультети журналістики ДНУ

ім. Олесь Гончара, Запорізького, Львівського та Ужгородського національних університетів, Сумського державного університету. Свідченням цього є десятки наукових публікацій у наукових фахових журналах, зокрема журналах «Актуальні проблеми масової комунікації» (2000–2019), «Вісник Львівського національного університету імені Івана Франка» (серія «Журналістика», 1991–2020), «Наукові записки Інституту журналістики» (2000–2019), «Образ» (2000–2019), «Communications and Communicative technologies» (2018–2019) (раніше – «Вісник Дніпропетровського університету (серія «Соціальні комунікації» (2012–2017); серія «Літературознавство. Журналістика», 2000–2011) та інші. Крім того, результати досліджень оприлюднено у збірниках матеріалів міжнародних і всеукраїнських науково-теоретичних та науково-практичних конференцій.

Варто відзначити високу інформативність укладеного в 2004 р. вченими О. Мелещенком і Б. Черняковим ретроспективного бібліографічного посібника «Засоби масової інформації зарубіжних країн» [105], а також значно доповненого ними покажчика, який побачив світ у «Наукових записках Інституту журналістики» [158] як додаток до статті «Чотири століття британської журналістики». Інтерес українських науковців до досліджень зарубіжних ЗМК підтверджує зміст фахових наукових журналів, тематичний інформаційний пошук в мережі Інтернет, а також традиційні бібліографічні джерела, зокрема вибрана бібліографія, яку уклали професори В. Іванов і Б. Черняков «Українське журналістикознавство в працях науковців Інституту журналістики Київського університету імені Тараса Шевченка, 1993–1998: вибрана бібліографія» [223] та укладений Б. Черняковим покажчик «Українське журналістикознавство. Дисертаційні дослідження, 1982–2000 рр.» [222].

Фактично до середини 1990-х рр. будь-які публікації українських науковців з осмислення і вивчення зарубіжного медіадосвіду просто відсутні. Першою журналістикознавчою працею, яка враховувала досвід преси Великої Британії, була видана у 1996 р. монографія Б. Потятиника та М. Лозинського «Патогенний текст» [180]. У наступній своїй праці, що вийшла у 2004 р. під

назвою «Медіа: ключі до розуміння» [178] Б. Потятиник основним фактором при накресленні медійних зон обрав критерій свободи преси, що зумовило детальне опрацювання автором історії цензури в Англії. Є всі підстави стверджувати, що ця публікація поклала початок системному введенню доробку зарубіжних, у тому числі американських та британських, авторів до українського наукового обігу.

У 1996 р. за матеріалами, наданими Л. Коломієць, секретарем Посольства Великої Британії в Україні, у журналі «Друкарство» був опублікований огляд британської преси, покликаний розширити знання української аудиторії щодо ЗМК країни [183]. У статті відомого науковця Ю. М. Бідзілі «Особливості сучасного медіапростору Великої Британії» [13], написаній як узагальнення результатів наукового стажування українських науковців і педагогів в цій країні, детально висвітлено механізми регулювання в медійній сфері, а також аналіз основних факторів, що впливають на функціонування і розвій медіаринку. При цьому автор вказав на проблеми, з якими доводиться мати справу українським дослідникам під час вивчення зарубіжних ЗМК. Серед них – відсутність доступу до наукової літератури та матеріалів, що могли свідчити про явища і тенденції в зарубіжних медіа. Актуальність порушуваних проблем підтвердив вчений-пресознавець М. Житарюк у ґрунтовній праці «Соціокультурна модель журналістики: традиції і новаторство» [99], в якій на підставі глибокого аналізу британської «острівної» моделі ЗМК виокремив характерні для неї ознаки: культ факту, відстороненість повідомлення, домінування оперативності, принцип подання інформації у формі «перевернутої піраміди», анонімність авторів як норми чи традиції, а також трактування журналістики як одного з важливих каналів поширення затребуваної аудиторією інформації.

Розвиток Інтернету, розширення доступу до наукової літератури різними мовами, а також до цифрових архівів періодики та повнотекстових баз даних уможливили розширення науковцями історіографічної та джерельної баз своїх досліджень, що сприяло надійності та об'єктивності отриманих результатів.

Основні історичні етапи розвитку преси Великої Британії окреслено у конспектах лекцій та навчальних посібниках. Серед них – «Британська преса і журналістика в XVII–XX ст.» І. Срібняка та М. Палієнко [210], «Історія журналістики Великої Британії» О. Мелешенка [157], а також згадувана нами стаття «Чотири століття британської журналістики» О. Мелешенка і Б. Чернякова. Власний погляд на етапи розвитку преси Великої Британії, аналіз її поступу та визначення типологічних особливостей запропонувала О. Колісник у статтях «Періодизація історії преси Англії» [130] та «Типологія газетної періодики Англії» [131]. На думку авторки, основні типи преси Великої Британії, зокрема «національні щоденні ранкові, лондонські вечірні, ранкові та вечірні регіональні, недільні, щотижневі регіональні» [131, с. 176] у XIX ст. вже були сформовані остаточно.

Аналіз наукових зацікавлень українських дослідників дає підстави стверджувати, що газетні видання Великої Британії частіше ставали об'єктом вивчення, ніж журнальна періодика. Такі газетні пресодруки як «The Daily Telegraph», «The Daily Mirror», «The Guardian», «The Independent», «The Times», «The Financial Times» найчастіше слугували емпіричним матеріалом для досліджень українських учених періоду незалежності. На основі цих ЗМК дослідники мали змогу відстежувати провідні тенденції у розвитку преси, інструменти їх впливу на аудиторію, мовностилістичні характеристики текстів, вивчали особистий внесок британських журналістів та редакторів у їх розвиток.

Особливе значення для формування теоретичного підґрунтя щодо концептуального вивчення системи преси Великої Британії загалом та проблематики «елітної» преси зокрема має науковий доробок Н. Габор [49]; М. Житарюка [99]; В. Жугая [100]; Т. Лиля [144]; Й. Лося [149], [150]; А. Москаленка [163]; Б. Потятиника [178], [179], [180]. Розвиток цього дослідницького напрямку забезпечили О. Кирилова, О. Гудошник, А. Ліченко, Л. Питльована, О. Почапська, Н. Руденко, Л. Хотюн, С. Блавацький.

С. Блавацький послідовно досліджував якісну журналістику Великої Британії, що докладно висвітлюють його численні публікації ([16], [19] та ін.).

Зокрема, науковець зосередився на аналізі трансформаційних тенденцій, що характеризують якісну щоденну пресу («The Guardian», «The Independent», «The Times»), у тому числі заміну аналітичного дискурсу новинним. Проаналізувавши конвергенцію загальнонаціональної британської якісної та масової преси, що відбулася наприкінці ХХ – на початку ХХІ ст., С. Блавацький назвав комерціалізацію журналістики основною причиною таблоїдизації якісної преси та головним фактором, який зумовив зближення цих двох пресових категорій. Дослідник наголосив на домінуванні симбіозу, а не дихотомії між масовою та якісною пресою, в результаті чого відбулась гомогенізація змістово-тематичної структури щоденної національної преси Великої Британії [16].

Акцентуємо також на ще одній важливій заслугі С. Блавацького, який докладно охарактеризував науковий доробок відомих американських і британських дослідників преси Дж. Констердайна, Б. Макартура, Е. Семпсона, С. Спаркса, П. Шлезінгера, обґрунтував їх важливість для досліджень у галузі соціальних комунікацій, а головне – ввів їхні праці до українського наукового дискурсу.

Стаття С. Блавацького «Стратегічний маркетинг мережеских версій якісних видань (сьогодення й перспективи розвитку питання): www.thetimes.co.uk, www.theguardian.co.uk, www.independent.co.uk, www.ft.com» [20] є результатом прискіпливого аналізу практики в окресленій сфері газетних видань «Financial Times», «The Guardian», «The Independent», «The Times». Послідовність науковця у вивченні британської преси демонструє його спільне з О. Кучоровою дослідження еволюції слоганів українських і британських газет у масмедійному соціокультурному контексті, зокрема якісної преси та трансформації її дискурсивної парадигми [21].

До когорти дослідників, які ретельно вивчали явище таблоїдизації преси, також належить Л. Хотюн – авторка компаративного дослідження за матеріалами медіа України та США, в якому простежено спільність сценарію, розвитку журнальної преси в Україні та країнах Європи. Його підсумки

викладено у статті «Сучасні таблоїдні ЗМІ України, Великої Британії та США» [228]. Зауважимо, що це дослідження значною мірою сприяло подальшій праці авторки в напрямі вивчення зарубіжної преси, що завершилося її дисертаційною роботою «Типологічні особливості «часопису новин» на сучасному етапі (світовий досвід та українські реалії)» [229].

Особливості розвитку та функціонування окремих медіа, які входять до системи преси і досліджуються як окремі її елементи, значною мірою впливають на узагальнення окремих тенденцій розвитку преси. У цьому контексті показовою є увага дослідників до загальнонаціональних журналів та газет і відрадно, що доробок українських вчених за останні роки суттєво зріс. Під цим кутом зору найбільше уваги приділено «The Times» – щоденній загальнонаціональній газеті. Зокрема, О. Кирилова та К. Докуніна у статті «“Таймс”: нове обличчя» вперше дослідили місце газети в системі преси Великої Британії, врахувавши при цьому технологічні чинники, досягнення цифровізації та особливості інтернет-мережі [123]. Цю ж газету як дослідницьке поле використала О. Почапська, вивчаючи «ідеологію таблоїдизації сучасної преси» [181]. Дослідниця визначила тріаду факторів таблоїдизації сучасних ЗМК: сенсацію, скандал і розвагу, а також обґрунтувала присутність цих ознак у медійній практиці досліджуваної газети.

Доба Інтернету та її сучасні виклики актуалізували дослідження інших медіа, серед яких і щоденна газета «The Guardian». Специфіка її кросмедійної спрямованості стала предметом вивчення званою дослідницею О. Кириловою, котра ретельно охарактеризувала досвід взаємодії «The Guardian» із гіпераудиторією у статті «“The Guardian”: від другорядної манчестерської газети до одного з найбільш цитованих медіа світу» [120]. На прикладі цієї ж газети авторкою А. Ліченко було виділено низку функціональних характеристик інтерактивної візуалізації як шляху подання великих обсягів даних у журналістиці [146]. Практика «The Guardian» стала основою для дослідження і зіставлення західного та пострадянського досвід-фреймінгу. На підставі електронної версії Н. Руденко детально вивчила сугестивний

інструментарій газети [196], обравши для аналізу публікації за листопад 2017 р. Дослідниця довела, що рівень володіння сугестивними технологіями значною мірою визначає професіоналізм журналіста. При цьому авторка виділила невербальні (образний та графічний рівні) та вербальні (синтаксичний, лексичний, морфологічний та прагматичний рівні) маркери.

В напрямі дослідження імерсивної журналістики новаторський підхід до аналізу ефективності застосування імерсивних методів під час підготовки новинного контенту засвідчила О. Кирилова, сформувавши емпіричну базу корпусом медіаресурсів Великої Британії, серед яких, окрім «The Guardian», є також The Associated Press, BBC, CNN, «The Economist», Euronews, Reuters. Хронологічний період дослідження – 2016 – перша половина 2017 рр. Його результати, викладені в публікації «Імерсивна журналістика: досвід світових новинних ресурсів» [121], продемонстрували її активне використання при моделюванні потоку новин. На підставі вивчення коміксової журналістики, зокрема її трансформаційних наративів з урахуванням українського та світового досвіду, дискурсивні практики «The Guardian» ґрунтовно дослідила вчена О. Гудошник [73].

Дослідження спеціалізованих видань у сучасному українському пресознавстві представлено також публікаціями Т. Бондаренко про «альтернативний екологічний журнал» «The Ecologist», заснований у Лондоні в 1970 р. Метою дослідниці було розкрити «сутність екологічної етики часопису як особливого світогляду, який орієнтує людство на соціально значущу діяльність, спрямовану на гармонізацію відносин із довкіллям шляхом радикальної трансформації усталеного погляду на природу» [24].

Сатирично-гумористичний часопис «Punch» став об'єктом дослідження Л. Питльованої, яка визначила ключовим завданням статті аналіз феномену популярності цього видання, а також вивчення особливостей його функціонування та окреслення основних змістових прерогатив. Історія цього пресодруку розпочалася ще 1841 р., однак завершилася 2002 р. через певні тенденції в медійній індустрії. Зокрема, авторка наголосила, що посилена

конкуренція з боку телебачення та мережевих засобів масової комунікації, вплив новітніх медіатехнологій, низка інших об'єктивних чинників не сприяли подальшому його розвитку. Однак понад столітній досвід видавання часопису засвідчив, на думку дослідниці, що «головними причинами його довголіття та популярності на ринку засобів масової інформації були: сприятливі обставини політичного, економічного, соціального та правового характеру, особливо на перших етапах існування журналу; специфіка сатирично-гумористичного жанру; стильові особливості подачі матеріалу; особисті таланти письменників, журналістів та художників; особливості організації процесу випуску кожного номера; вдалий менеджмент видавців журналу; чутливість до поточної внутрішньої та зовнішньополітичної кон'юнктури та здатність відгукуватися на актуальні потреби читачів» [175, с. 246].

Типологічна структура преси Великої Британії забезпечила широке дослідницьке поле, однак сьогодні більшість українських дослідників, що працюють у цьому напрямі, звертають особливу увагу на той тип преси, який в українському пресознавстві відносять до «ділової періодики». При цьому спостерігаємо відсутність публікацій про інші типи видань, зокрема наукову, жіночу, дитячу, регіональну періодику. На сьогодні найбільшого узагальнення тип ділової періодики здобув завдяки дослідженням Л. Дудченко, яка на основі залучення широкої емпіричної бази докладно проаналізувала зародження британських ділових газет і журналів, окреслила їх розвиток, виділила типологічні та типоформувальні ознаки, осмислила сучасний стан і перспективи [89]. Зокрема, дослідниця відзначила, що «головними ознаками англійського медіаринку ділових видань є розгалужена система періодики (журнали, газети, збірники, інформаційні бюлетені тощо), а також внутрішньосистемний розподіл, тобто спеціалізація журналів, газет, моніторингів тощо за аудиторним та тематичним принципом, виокремлення особливого типу ділової преси – B2B (business to business» [89, с. 24]. Досвід опрацювання Л. Дудченко британської ділової преси було застосовано для вивчення особливостей функціонування цього типу видань в українському

медіапросторі, про що свідчить наукова монографія «Ділова преса України» (Суми, 2019) [90]. Вивчення ділової преси Великої Британії дало дослідниці можливість аналітично осмислити «ефективні шляхи» формування національної медіасистеми загалом, що значною мірою полягають у вивченні й запровадженні організаційно-журналістських практик відомих міжнародних ділових брендів.

У той час як емпіричною базою досліджень Л. Дудченко була вся ділова періодика Великої Британії, що дало змогу означити спільні ознаки, типологічні і типоформувальні фактори, інші українські науковці зосередились на вивченні окремих видань. Так, О. Лазарчук на прикладі «The Financial Times» узагальнила типологічну модель британського ділового видання [143]. З. Грень обрала з цією метою тижневик «The Economist» [61]. Здійснивши аналіз окремих чисел британського тижневика «The Economist», українських «Дзеркало тижня» (економічна сторінка) і «Галицькі контракти», а також російського «Коммерсанта», О. Луценко визначила вісім основних умов, для забезпечення якісного економічного видання в Україні, як-от: «1. Повнота і всебічність висвітлення зарубіжного і внутрішнього життя, в тому числі економіки, політики, мистецтва, науки й освіти; 2. Достеменне знання теми, розуміння економічних процесів у державі, бачення взаємозв'язків між ними і проблемою; 3. Доступне пояснення важких економічних фактів, термінів читачам; 4. Інтерпретація подій, створення тла, на якому розгортаються нові явища; 5. Прийнятний логічний виклад, поміркований неагресивний стиль; 6. Неупередженість та високоетичний підхід до справи; 7. Зацікавленість у загальнолюдських проблемах; 8. Орієнтація на фаховість, яка виводить часопис за межі сенсаційності та провінціалізму» [152, с. 216]. Ці критерії, визначені дослідницею для якісного провадження діяльності економічного видання, можна також застосувати й щодо функціонування інших типів пресодруків – універсальних, суспільно-політичних, культурологічних тощо з певною інтерпретацією їх тематичного спрямування.

Особливості висвітлення друкованими ЗМК Великої Британії численних явищ медійного і суспільного життя актуалізували новий напрям досліджень, спрямований на вивчення ПР-діяльності українських і британських якісних видань і репрезентований доробком дослідниці Ю. Гаркавенко [51]. Застосувавши компаративну методику, вчена виділила стереотипи, що демонструють модальні відмінності у медіапрезентації українськими та закордонними ЗМК (у тому числі «The Guardian») паблік рілейшнз як складової комплексу соціальних та комунікаційних технологій.

Дослідження жанрових особливостей преси Великої Британії представляють статті О. Кучерової про газетну замітку [141] та К. Карпової про актуальний сьогодні інформаційно-аналітичний коментар [116].

Поєднання актуальних для українського суспільства тем і особливості їх відображення в зарубіжних ЗМК продемонстрували В. Бадрак та І. Жиленко, які порівняли висвітлення трагічної сторінки в історії України – Голодомору 1932–1933 рр. – двома знайомими журналістами Гаретом Джонсом та Уолтером Дюранті [96]. У науковій розвідці «Моральність і аморальність у журналістській творчості (на прикладі Гарета Джонса, Малькольма Маггеріджа і Уолтера Дюранті)» цю тему також розкрила Р. Білоус [15].

Біографічний напрям представлено дослідженнями Б. Носової про творчий доробок Джуліана Барнса (нар. 1946) [168], О. Деяк-Якобишин про публіцистику Уільяма Коннора (1909–1967) [83], Л. Шутяк про світоглядну есеїстку Вірджинії Вульф (1882–1941) [233].

Вивчення доробку сучасних публіцистів, зокрема авторитетного філософа сучасності Роджера Скрутона, який сповідував консервативні погляди, засвідчив тяглість і актуальність біографічного напрямку. Публіцистику філософа на шпальтах тижневика «The Spectator» дослідив А. Мельник у публікації «Консервативний погляд: публіцистика Роджера Скрутона у тижневика «The Spectator», що дало досліднику можливість виділити її ключову тематику: «актуальність консервативних цінностей, критика лівої ідеології та її прибічників, захист релігії та проблеми освіти в контексті

впровадження ідеї рівності» [159]. Цікавим є висновок автора статті, який наведемо для розуміння його дослідницьких посилів: «Важко заперечити користь консервативного мислення як антидоту проти бездумної соціальної інженерії, яка нехтує людською природою, або прогресивістських фантазій, авторам яких не завадило б пам'ятати про історичні уроки чи хоча б про елементарний здоровий глузд» [159, с. 337].

Вивчення змісту британської преси тісно пов'язане з актуальним напрямом досліджень, а саме вивченням особливостей формування зарубіжними ЗМК образу України. В цьому руслі варто відзначити публікацію А. Катуніна, який одним із перших проаналізував з цією метою матеріали «The Economist» і «The Financial Times», надруковані у липні – грудні 1998 р. [119]. О. Бутирський здійснив аналогічне дослідження за матеріалами «The Financial Times» та «Globe and mail», зосередившись на 2001–2002 рр. [32]. Журналістське втілення в різні роки образу України тижневиком «The Economist» вивчали О. Лазарчук [142] та З. Грень [68], [69].

Імідж України на шпальтах щоденної газети «The Times» вивчала О. Ткаченко. Результати дослідження, проведеного за 117-ма різножанровими матеріалами за період з 21 листопада 2013 р. до 1 березня 2014 р. були представлені в англomовній публікації «Ukraine in the content of the British newspaper «TheTimes» [411].

Аналіз особливостей висвітлення подій Революції Гідності у «The Guardian» та «The Daily Telegraph» належить В. Павленко, яка також вивчала інтерпретування подієвого концепту «Ukrainian protest» [172].

Вивчення преси Великої Британії знайшло свій вияв і у вивченні стереотипізації як явища. Ґрунтовні методологічні основи такого дослідження створила відома вчена в галузі соціальних комунікацій М. Бутиріна в монографії «Стереотипи масової свідомості: особливості формування та функціонування у середовищі» [28]. Саме ця публікація дала поштовх до опрацювання теми іншими науковцями. Вивченню стереотипізації медіаобразу українців за матеріалами євроатлантичної якісної преси 1995–2011 рр., зокрема

«BBC World», «The Independent», «International Herald Tribune», «Euronews», «The Times», присвячена робота С. Блавацького [18]. Етнокультурні медіастереотипи, пов'язані з Україною в пресі Великої Британії стали предметом вивчення у працях Н. Варех, яка зосередилась на контенті «The Daily Telegraph», «The Financial Times», «The Gurdian», «The Independent», «The Times» за 2004–2013 рр. [34].

Стаття Ю. Гаркавенко «Гетеростереотипізація України у британських та німецьких друкованих ЗМІ» [50], що виразно виокремлюється серед інших компаративних досліджень, побудована на аналізі емпіричної бази «The Guardian» за 2012–2015 рр. Також авторці належить публікація «Трансформація медіарецепції інституту президентства в Україні (за матеріалами європейських видань)» [52]. Доповнює вивчення проблеми спільне дослідження М. Бутиріної і Ю. Гаркавенко, спрямоване на ретельне вивчення гетеростереотипу України в дискурсі якісних медіа «The Daily Telegraph», «The Independent», «The Guardian». При цьому вперше для виконання наукових завдань було використано програмний контент-аналіз AntConc 3.5.0 (Windows), який повністю забезпечує валідність, надійність і об'єктивність результатів [29].

Контент періодичних видань забезпечив також дослідження загальносвітових тенденцій та явищ як у медіапросторі, так і в суспільному житті. Зокрема, емпіричну базу для з'ясування причин і обставин фінансової кризи забезпечили для дослідниці Н. Друль матеріали «The Economist» та «Коммерсантъ» 2007–2010 рр. У статті авторки були також охарактеризовані й особливості висвітлення цієї проблеми засобами журналістики [88].

Окремої уваги заслуговує в цьому контексті конспект лекцій професора О. К. Мелещенка «Історія журналістики Великої Британії» [157], в якому розкрито еволюцію пресодрукування в країні, основні етапи розвитку концепцій преси, цензурні обмеження, а також викладено історію таких медіа як «The Times» та агентство Reuters. На прикладі «The Economist» було продемонстровано важливість реклами для фінансової стабільності тогочасних періодичних видань середини XIX ст. [157, с. 109–110].

Окремо варто назвати низку праць українських науковців, завданням яких є формування фахових знань і компетенцій майбутніх журналістів. Зазвичай до аналізу наукових надбань, який здійснюється в дисертаційних працях, цей сегмент навчальної літератури не вводиться. Однак з огляду на досліджуваний об'єкт усе ж розглянемо ці напрацювання для визначення ступеня наявності в них знань про специфіку розвитку британської преси. Для прикладу зазначимо навчально-методичний посібник «Історія зарубіжної журналістики» Т. В. Хітрової [227], що побачив світ у 2019 р. Серед використаних джерел, які стали в нагоді для укладання навчального курсу, названо небагато праць українських науковців. Серед них, зокрема, посібник І. Жиленко та важлива концептуально й для нашого дослідження (що ми вже відзначали) праця О. Мелещенка та Б. Чернякова «Чотири століття британської журналістики».

Це своєю чергою підтверджує нашу думку про те, що преса Великої Британії хоч і перебуває нині в полі дослідницького погляду українських науковців, однак вивчена недостатньо. Немає системних досліджень, що розкривали б особливості становлення й розвитку цієї преси загалом та окремих пресодруків зокрема. Це стосується, наприклад, і об'єкта нашого дослідження – тижневика «The Economist». Проте здійснений огляд дав можливість виокремити основні напрями, за якими провадяться дослідження британської преси, а також підтвердити їх різноаспектний тематичний діапазон, що розкриває перспективи вивчення національних засобів масової комунікації на тлі світового (у нашому випадку – британського) досвіду.

1.2. Британська преса і «The Economist» у працях зарубіжних науковців

Якщо завданням першого підрозділу цього розділу було підтвердити наявність в українському науковому середовищі досліджень, які розкривали б

особливості розвитку британської преси загалом чи певних її медіаелементів зокрема, а також вивчення на цьому тлі особливих прикмет функціонування тижневика «The Economist», то цей підрозділ присвячено аналізу наукового прочитання британської преси та основного об'єкта нашого дослідження зарубіжними дослідниками. Розширюючи таким чином історіографічне поле (український і зарубіжний досвід), ми оглянемо особливості досліджень британської преси загалом, а також локалізуємо свій погляд на одному медіаелементі – британському тижневику «The Economist» – для докладного вивчення особливостей наповнення кейсу наукових досліджень цього видання різноаспектною дослідницькою інформацією.

Початки осмислення і вивчення такого зnanого нині періодичного видання як «The Economist», історія якого нараховує майже 180 років функціонування, варто шукати передовсім у класичних працях дослідників преси Великої Британії, адже хронологічні межі об'єкта їх вивчення включали середину XIX ст. Однак праці з історії британської журналістики, які охоплюють XIX – початок XX ст. (А. Ендрюс [243], Ф. Н. Гант [325], Дж. Грант [304], Дж. Геттон [316], Ч. Пібоді [370], Дж. Шатток [390], Е. Кінг, А. Іслей, Дж. Мортон [332], М. Кертіс [287], К. Сеймура-Ура [388]), лише принагідно згадують про досліджуване нами видання. Здебільшого відсутня й інформація про діяльність конкретних осіб, що суттєво долучилися до заснування часопису та керівництва його редакцією (Джеймса Вільсона, Вальтера Беджгота та ін.).

Незважаючи на це, перераховані праці є вкрай важливими для здійснення нашого дослідження, адже містять докладний аналіз передумов виникнення періодики, яка розпочалася в середині XIX ст. Зафіксована й ретельно витлумачена історична інформація слугує добрим підґрунтям для розуміння та оцінки місця і ролі досліджуваного тижневика в системі преси Великої Британії XIX–XX ст.

Важливою є поява відомостей про «The Economist» у працях, що розкривають взаємини преси і політичних еліт Великої Британії XIX ст., зосереджених на розкритті особливостей кооперації преси з політикумом.

Зокрема, таке завдання поставив перед собою Генрі Річард Фокс Боурн в одному з видань, присвячених вивченню британської журналістики. У другому томі праці «English Newspapers: Chapters in the History of Journalism» («Англійські газети: сторінки історії журналістики») [267], що охоплює період 1820–1887 рр., перераховуючи періодичні видання, які були започатковані в період стрімкого розвитку преси, що припадає на 1830–1840-ві рр., автор відзначив «The Economist» і його засновника Джеймса Вільсона, який просував «безпечні» погляди на фінансову ситуацію та їх вплив на соціальне життя і політику. Автор схвалював позитивні наслідки агітаційної кампанії тижневика, що стосувалася «зернових законів», а також результат його долучення до боротьби проти «залізничної манії» [267, с. 131], яка інтенсивно провадилася в ці роки. У розділі «Class and clique journalism» («Журналістика класів і угруповань») цієї праці тижневик згадується як такий, що обговорює і пояснює суто комерційні справи. Однак поступово контекст розповіді розширюється в міру просування автора до детального розбору особливостей спеціалізованої періодики. Боурн вказав на те, що від 1861 р. «The Economist» отримав чимало суперників-конкуrentів, серед яких найважливішим назвав часопис «The Money Market Review», заснований у 1862 р. Проте це видання було здебільшого зосереджене на монетарних справах, тоді як «The Economist» розпоряджався дещо іншою проблематикою, зокрема питаннями широкої комерційної політики та її політичних зв'язків, що були основними на порядку денному тижневика [267, с. 318].

Згодом, згідно з автором, конкурентне поле навколо «The Economist-a» суттєво ущільнилося через заснування журналу «The Statist», який, успішно стартувавши в 1878 р., став головним конкурентом нашого об'єкта дослідження на наступні багато років. До когорти суперників у 1884 р. долучився ще один пресодрок – перший щоденник, присвячений монетарним справам – «The Financial News». До слова, варто зазначити, що автор підкреслив одну доволі характерну для британської преси рису – наявність дешевих політичних тижневиків («Saturday Review», «The Spectator», «The Guardian»), що, на

перший погляд, наче були прицільно орієнтовані на вузьку аудиторію, однак змістово тяжіли до космополітизму [267, с. 346].

У виданні під назвою «The March of Journalism: The Story of the British Press from 1622 to the present day» («Поступ журналістики: історія британської преси з 1622 р. до сьогодні») Г. Герда [318] «The Economist» згадано серед політичних тижневиків середини XIX ст. [318, с. 202]. Вчений зауважив, що «The Economist» ніколи не був таким впливовим, як на початку 1950-х, «сьогодні, коли половина його примірників продається закордоном, а серед його читачів є глави держав і членів уряду та офіційних осіб» [318, с. 296].

Професор британської історії Гана Баркер у праці «Newspapers, Politics and English Society 1695–1855» («Газети, політика та англійське суспільство у 1695–1855 рр.») [253], описуючи діяльність Ліги за скасування хлібних законів (Anti-Corn Law League), лише декількома словами згадала про започаткування її членами тижневика, «присвяченого ідеям вільної торгівлі», наголосивши на тому, що «The Economist» не був «відкрито визнаний органом Ліги» [253, с. 219].

Найважливіші акценти для розуміння місця тижневика у пресі подає «Dictionary of Nineteenth-century Journalism in Great Britain and Ireland» («Словник журналістики XIX століття у Великій Британії та Ірландії») (автори – Л. Брейк і М. Демур) [272]. Окрім тематичної спрямованості, описано ідейне підґрунтя, подано ім'я засновника (Дж. Вільсон), редакторів (В. Беджгот, Р. Г. Гаттон, Д. Лафбері, лорд Пелгрейв, Е. Джонстоун), основних дописувачів, охарактеризовано цільову аудиторію (фінансово-політичні еліти), а також відзначено орієнтованість видання на рекламу як запоруку фінансової стабільності. Окремо згадано також про додаток «Investor's Monthly Manual» («Щомісячний посібник для інвестора»), започаткований у 1846 р. [272, с. 189].

Неможливість розглядати «The Economist» ізольовано від інших явищ британської журналістики підтверджує і той факт, що на словникових шпальтах тижневик згадується ще чотири рази в статті про «The Statist», заснований за взірцем тижневика Робертом Гіффеном 1878 р., який раніше обіймав посаду

редактора «The Economist-a», а отже, був докладно посвячений у всі внутрішньоредакційні (організаційні, фінансові, журналістські) справи, отримавши чималий досвід видавання пресодруку. Від часу заснування «The Statist» обидва видання постійно перебували в конкурентному полі.

Праці, в яких ідеться про британську журналістику ХХ ст., відзначаються ширшим предметним полем, а посилання на тижневик частішають. Про яке б явище журналістського повсякдення фактично не йшлося, згадування про «The Economist» виявлялися неминучими. Отже, тижневик став одним із головних медіагравців, відчувши на собі всі особливості розвитку журналістики ХХ – початку ХХІ ст.

У цьому контексті варто звернути увагу на працю М. Конбоя «Journalism in Britain: A Historical Introduction» («Журналістика в Британії: історичний вступ») [283], де автор, узагальнюючи тенденції 1980-х рр. щодо кількісного зростання політичної і спеціалізованої періодики, наводить «The Economist» як приклад вдалого пресодруку разом із «New Statesman», «Times Educational Supplement», «Times Higher Educational Supplement»: «1980-ті роки засвідчили піднесення таргетних, спеціалізованих журналів, нішевих і немасових – жіночих, підліткових, музичних, хобі, комп'ютерних, стилю, кулінарних, моди, весільних тощо. Водночас ми бачимо збільшення кількості політичних і професійних спеціалізованих назв, які продовжують процвітати, поступаючись навіть привабливістю журнальних рубрик щоденних і тижневих елітних видань».

Загалом необхідно зазначити, що увага британських дослідників, які працювали над розв'язанням проблем історії британської преси, не була цільово зосереджена на тижневику «The Economist» і позначалася певною фрагментарністю. Ієрархію періодичних видань, на чиїх прикладах вивчаються тенденції розвитку преси ХІХ–ХХ ст., очолюють якісні та масові видання з високими накладками: «The Times», «The Daily Mirror», «The Daily Telegraph» та ін.

Оскільки в ХІХ ст. «The Economist» перебував на етапі розвитку та поглиблення спеціалізації, посилання на нього у форматі дослідницьких праць є

не надто численними і трапляються здебільшого в контексті вивчення й аналізу спеціалізованої преси. Однак уже в ХХ ст. в міру того, як часопис зростав професійно, збільшувався і дослідницький попит на нього. Значно розширивши предмет журналістського відображення, видання поступово перейшло до категорії журналів новин. Сьогодні його дедалі частіше згадують разом із газетою «The Financial Times» та іншими універсальними діловими виданнями. Це достатньо підтверджують праці Н. Беррі [257], Г. Герда [318], С. Коса [336], Б. Макнайра [351], Е. Мара [345], Р. Неграйна [364], С. Сельфа [387] та ін.

У цьому контексті відзначимо ще одну працю британського науковця, дослідника історії журналістики Марка Гемптона «Visions of the Press in Britain» («Візії преси в Британії») [313], яка слугує вартісним джерелом знань про розвиток британської журналістики.

Особливістю книги «My Trade. A Short History of British Journalism» («Моя професія. Коротка історія британської журналістики»), яку написав політичний редактор ВВС Ендрю Марр [345], є те, що в ній від 1620 р. автор розглядав історію становлення журналістського фаху, а не системи преси загалом. Хоча науковець і співпрацював із тижневиком, про що спорадично згадував у тексті, систематизованих відомостей про видання в книзі немає. «The Economist» позиціонується як одне з ключових видань у контексті інтелектуальної журналістики [345, с. 41], а також характеризується як «остання по-справжньому ідеологічна газета, штат якої залишається анонімним і підпорядковується вільно-ринковому лібералізму в його чистому вигляді» [345, с. 42]. Автор акцентував також на респектабельності видання і, відповідно, похідних від цього високих вимогах до освіти журналістів (Оксфорд/Кембридж). З усіх редакторів тижневика Е. Марр відзначав лише Вальтера Беджхота, називаючи його одним із найбільших учених мужів у журналістиці [345, с. 352].

Сучасний стан британських медіа викладено у праці Б. Макнайра «News and Journalism in the UK» («Новини та журналістика у Великій Британії») [352], де виразно акцентовано на важливості видань такої періодичності як

тижневики, двотижневики і місячники, що, за словами автора, «розширюють межі між журналістикою, дозвіллям, розвагою і бізнесом. Деякі періодичні видання, як «The Private Eye» та «The Economist» (обидва – серед найуспішніших періодичних видань з огляду на наклад і прибутки з реклами), мають виразний журналістський наголос» [352, с. 18].

Окреме місце займають відомості про «The Economist» у дослідженнях, присвячених відносинам між політикою і медіа, журналістикою і демократією, економікою та ЗМК. Уже згадуваний нами Б. Макнайр у книзі «Journalism and Democracy: An Evaluation of the Political Public Sphere» («Журналістика і демократія: оцінка політичної суспільної сфери») [351] зарахував «The Economist» до четвірки головних політичних британських періодичних видань разом із журналами «New Statesman», «The Spectator», «Prospect». Саме їх, а також «The Private Eye» і «Punch», він називає «елітними медіа в прийнятому розумінні» [351, с. 22].

Сучасні автори приділяють багато уваги вивченню проблем економіки засобів масової комунікації. Зокрема, у праці «Media Economics: theory and practice» («Медіаекономіка: теорія і практика»), яка вийшла за редакцією А. Александра та ін. [354], автор розділу «Economics of books and magazines» («Економіка книг і журналів») А. Н. Греко посилався на досвід «The Economist-a» щодо вдосконалення веб-сайту і налагодження спілкування з читачами електронною поштою.

Рівноцінне висвітлення економічної і політичної проблематики дає можливість віднести тижневик до предметного поля досліджень як фінансово-економічної, так і політичної журналістики. У цьому плані важливими є праці західноєвропейських та північноамериканських учених, які, володіючи багатим емпіричним матеріалом та значними теоретичними набутками, зуміли створити широке контекстне тло для вивчення конкретних феноменів, до яких належить також і аналізоване в цій роботі видання.

Незважаючи на твердження іспанського вченого Е. Арресе про маргінальність позицій економічної і фінансової преси в історії журналістики,

які він висловив у праці «The role of economic journalism in political transitions» («Роль економічної журналістики у перехідних політичних суспільствах») [249], доробок учених у цьому напрямі є дуже важливим для розуміння тенденцій розвитку сучасної преси загалом, що дає змогу робити висновки як щодо певних етапів її розвитку, так і щодо оцінки ролі пресодруків-феноменів в історії світової журналістики.

Ключовою в ретроспективі досліджень фінансово-економічної преси є праця В. Парсонса «The Power of the Financial Press: Journalism and Economic Opinion in Britain and America» («Влада фінансової преси. Журналістика та економічна думка в Британії та Америці») (1989) [369], яка містить низку дуже важливих висновків щодо значення фінансової преси в підтримці культурного контексту, в рамках якого і розвиваються капіталізм та ринкова економіка [369, с. 8]. У полі дослідження автора опинився інтелектуальний обмін ідеями між британською та американською економічною думкою. Основною метою своєї праці науковець визначив необхідність «вивчити еволюцію відносин між ринковою економікою і ринком інформації та ідей із фокусуванням на одному життєво важливому елементі ринкового механізму – газеті», оскільки газети, на його думку, дають можливість інтегрувати та медіатизувати економічні цінності, ідеї та мову [369, с. 2].

В. Парсонс наголошував на тому, що з перших десятиріч XVI ст. британська преса була засобом (каналом) поширення як інформації про ринок, так і ідей та уявлень про те, як цей ринок повинен розвиватися. Для історії економічної думки це дуже важливий період з огляду на розвиток філософії «laissez-faire». Від початку XIX ст. роль економічного дискурсу в соціальному житті, як і в бізнесі та політиці, суттєво зросла, чому значною мірою сприяли аматори-поширювачі та користувачі економічних ідей і концепцій, а не їхні професійні творці [369, с. 5]. Саме існування фінансової преси В. Парсонс вважав досконалим проявом того, чим є за своєю суттю капіталістичне суспільство [369, с. 8].

Варто врахувати й те, що основні праці з історії фінансової преси Великої Британії були написані вченими, які досліджували історію економічної думки та історію економіки. Так, становлення і розвиток фінансово-економічної преси у Великій Британії впродовж XVI–XVIII ст., що проявилось у розповсюдженні опублікованих переліків цін, обмінного курсу валют, а також митних декларацій, стали темою одного з розділів праці Дж. Маккаскера «The Business Press in England before 1775» («Есе з економічної історії Атлантики») [349, с. 99–121]. Роль преси в розвитку ринку, поширенні ідей і формуванні «економічної культури» (за П. Бергером) [256, с. 7–8] високо оцінювали П. Самуельсон у праці «Personal Freedoms and Economic Freedoms in the Mixed Economy» («Особисті свободи та економічні свободи в змішаній економіці») [385, с. 609] та М. Фрідман у роботі «Free to Choose» («Вільний вибір») [298, с. 34–35]. Ринок як інформаційну систему, а також особливості відносин економічної системи та інформаційного ринку розглядав Дж. Й. Стіглер (1961) у статті «The Economics of Information» («Економіка інформації») [398].

Необхідно вказати, що користувачам запропоновано різні варіанти посібників для розвитку вміння користуватися фінансово-економічною пресою. Навчання економічної медіаграмотності пропонують М. Бретт у посібнику «How to read the financial pages» («Як читати фінансові сторінки») [273], Ч. Дагуїд у довіднику «How to read the money article» («Як читати статтю про гроші») [291], Ж. Гаскюель та Р. Седійо у праці «Comment lire un Journal économique et financier» («Як читати економічний та фінансовий журнал»). До слова, 1962 р. останнє з названих видань було перекладено російською мовою і видано в Радянському Союзі [53]. Окрім названих, тижневик входить до низки інших предметних полів, як-от: новинна та аналітична журналістика, інтелектуальна історія, а головне – елітна і масова преса.

Проблеми розвитку британської журналістики загалом і функціонування її пресового сегменту зокрема перебували також і в полі зору радянських дослідників, які провадили свій аналіз під певним – згідно з ідеологічною парадигмою – поглядом і в певних дослідницьких межах. Уводимо цей корпус

досліджень до нашого розгляду винятково для розуміння основної платформи наукового контенту, який слугував і для українських дослідників (наголосимо: до початку української незалежності) науковим опертям для формування знань про зарубіжну журналістику. Від початку 1990-х рр. тематика досліджень означеної журналістики українських і російських науковців зазнала суттєвих змін через відомі історичні реалії, тож зрозуміло, що з огляду на це розглядатимемо сегмент досліджень російських учених саме в цьому підрозділі.

Опублікована в радянський період праця кореспондента газети «Известия» у 1950-х рр. у Великій Британії В. Матвєєва «Империя Флит-стрит: (Современная пресса Англии)» [155], крім фрагментарних відомостей про «The Economist», містила тенденційні оцінки як усієї системи преси зарубіжжя, так і так званого її «буржуазного» сегменту. Автор представив «The Economist» як «рупор дельцов Сити» [155, с. 78], власники якого «шарахаются в сторону от каких-либо новых веяний и стоят за реакционные порядки» [155, с. 203]. Однак для нашого дослідження важливий уже сам факт посилення на це видання як свідчення визнання радянським пресознавством його впливу та ваги в британських ділових колах. Автор присвятив цьому пресодруку навіть частину окремого параграфу про журнали лондонського Сіті, зокрема «The Statist» і «The Banker», а також ще зо п'ять разів згадав його в контексті: газетної монополії лорда Каудея (на той час він володів половиною акцій тижневика) [155, с. 78]; тижневої преси з політичними коментарями (тут автор називав наклад «The Economist-а» мізерним порівняно з накладом журналів, призначених для жінок і дітей, любителів спорту і прикладних ремесел, ілюструючи цим засилля на ринку преси популярних видань і їх пріоритет над політичною журналістикою. При цьому він вбачав причину в навмисному недопущенні «трудящих» до участі в обговоренні політичних справ [155, с. 87], перераховував «The Economist» серед органів консервативної преси [155, с. 113] та серед найприхильніших до США друкованих органів [155, с. 130]. Окремо В. Матвєєв згадував про «The Economist» у параграфі «Специализированная и иллюстрированная информация», вказуючи на те, що

журнал надсилав за індивідуальною передплатою особливе видання з поміткою «для конфіденційного використання» з інформацією для біржовиків і фінансистів Сіті [155, с. 147]. При цьому варто наголосити, що кореспондент цитував К. Маркса, який відгукувався про «The Economist» як про «найтверезіший, найрозсудливіший і помірний орган промислової буржуазії Англії» [155, с. 203].

Деякі факти про «The Economist» викладено у книзі головного редактора радянської пропагандистської тижневої газети в Лондоні «Soviet Weekly», що виходила від 1956 р. до початку 1960-х рр. С. Беглова «Империя Флит-Стрит меняет адрес» [7], яку автор задумав як продовження книги В. Матвеева. На прикладі зростання накладів «The Financial Times» та «The Economist» на початку 1990-х рр. автор відзначав позитивні тенденції розвитку ділової преси [7, с. 65]. Важливим джерелом для підтвердження своїх певних поглядів автор обрав «The Economist», неодноразово посилаючись на його публікації. Так, він навів оцінку журналістів тижневика ролі газети «Daily Mirror» у приході до влади лейбористської партії після Другої світової війни [7, с. 18].

Найретельніше зміни в системі преси західноєвропейських країн та США у радянський період відстежував «Вестник Московского университета» у серії «Журналистика» з 1966 р. Від 1960 р. до 1965 р. виходила об'єднана серія «Филология, журналистика», а ще раніше – у 1956–1959 рр. – «Историко-филологическая серия», у 1949–1956 рр. – «Серия общественных наук», у 1946–1948 рр. поділу на серії не було. У першому ж числі заснованої серії було вміщено статтю О. Кисельова «Печать английских монополий на службе неокolonизаторов», яка засвідчила увагу до британської преси з боку радянських дослідників. Зацікавлення це мало однобічний характер, а характеристики були передбачувані і, звісно, тенденційні. Предметом досліджень радянських науковців було: переформатування ринку преси, зміни в монополістичних пресових об'єднаннях, ставлення періодичних видань до подій суспільно-політичного життя у світі.

У пострадянський період вийшов друком навчальний посібник В. Соколова і С. Виноградової «Периодическая печать Великобритании» [207], в якому розглядаються найважливіші етапи історії преси цієї країни на тлі політичного, правового та соціокультурного розвитку. «The Economist» тут згадується тричі: перший раз – у контексті журнальної періодики середини ХІХ ст. як видання, що засноване у 1843 р. і «в подальшому стане дуже відомим» [207, с. 53], вдруге – у контексті політичної орієнтації провідних англійських видань 70-х рр. ХХ ст. як центристське консервативне видання [207 с. 91] і втретє, коли констатує розмаїття журнальної періодики Великої Британії у 80-х рр. ХХ ст., автори пишуть про «The Economist» в руслі «політико-економічних і наукових видань» [207, с. 98]. Вже згадувані праці з історії становлення і розвитку британської журналістики С. Беглова [7] і В. Матвєєва [155] хоч і містять згадки про «The Economist», однак вони принагідні і не достатні для обґрунтування місця і ролі цього тижневика в системі преси і журналістики Великої Британії ХІХ–ХХ ст. Автори приділили набагато більше уваги таким газетним виданням, як: «Daily Express», «Daily Mail», «Financial Times», «The Guardian», «The Times», «Daily Telegraph» та ін.

Інформацію про британську пресу та її основні періоди розвитку містять опубліковані в останнє двадцятиріччя праці російських авторів: В. Ворошилова «Журналистика» [46], В. Трикова «История зарубежной журналистики. От истоков до Второй мировой войны» [218], двотомник колективу авторів «История мировой журналистики» [10], в яких пресі Великої Британії відводилися окремі розділи або ж вона розглядалася в контексті європейської та північноамериканської журналістики.

Якщо у працях з історії британської журналістики міститься лише розрізнена інформація про «The Economist», то у прицільному вивченні економічної і фінансової журналістики подається ширший і ґрунтовніший матеріал. Зокрема, становленню і розвитку фінансово-економічної преси Великої Британії присвячено кандидатську дисертацію російської дослідниці І. Смірнєвої [206]. Окремий блок історіографії формують посилання на «The

Economist» у зіставленні з іншими періодичними виданнями, наприклад французьким журналом «L'Expansion» [225].

Єдиною дослідницею, яка в контексті вивчення системи преси Великої Британії опублікувала статтю «Еженедельник “Экономист” и его место в периодической печати Великобритании», що цілком була присвячена вивченню типологічних особливостей видання, була Л. Косогова [133].

Зазначимо, що нині російські дослідники приділяють багато уваги функціонуванню і типології ділової журналістики, мотивуючи це зростанням «ділових контактів між бізнес-спільнотою і ЗМІ». Про стан дослідження ділової преси в Росії та ситуацію з практичною підготовкою фахівців для ділових видань писали Г. С. Мельник та С. М. Виноградова у передмові до навчального посібника «Деловая журналистика» [160, с. 5–7]. Автори подали короткий нарис історії ділової преси за кордоном та охарактеризували особливості її розвитку на сучасному етапі. Зокрема, в контексті британської преси, яка спеціалізується на економічній та фінансовій проблематиці, згадується і «The Economist» [160, с. 43].

Отже, вивчаючи пресу Великої Британії, що висвітлює економічну сферу, дослідники не відстежують медіадіяльності «The Economist-a» як потужного засобу масової комунікації, зосередженого на докладному розкритті цієї проблематики. Саме тому важливими для здійснення нашого дослідження є порівняльні оцінки «The Economist-a» з іншими фінансовими періодичними виданнями, які провадили британські, французькі, американські науковці. Повертаючись до їх досвіду, відзначимо, працю Р. Л. Вайсмана «Wall Street and Security Markets» («Волл-Стріт та ринок цінних паперів»), в якій він наголошував, що на кінець 1930-х рр. у США не було іншого такого потужного фінансового періодичного видання, як «The Economist» [418, с. 26]. Автор назвав тижневик найвизначнішим фінансовим періодичним виданням у світі. Значну частину вказаної праці він присвятив висвітленню особливого внеску редакторів у розвиток фінансової журналістики у Великій Британії. Вайсман також відзначив праці, присвячені економічним питанням таких авторів, як

В. Беджгот, Х. Віверз, Ф. Герст, В. Лейтон. «Ці фінансові журналісти мали таке широке бачення, яке не властиве журналістам у цій країні (США. – Г. 3.) [418, с. 30].

Уже згадуваний нами В. Парсонс стверджував, що саме розвиток фінансової преси в Європі у XVI ст. заклав підґрунтя для політичної преси [369, с. 12]. Він відзначав, що цьому сприяв диференційований доступ до економічної інформації для різних соціальних груп. При цьому науковець наголошував, що роль у цьому фінансової преси, орієнтованої на малу групу багатих і могутніх читачів, упродовж останніх сотень років суттєво змінювалася [369, с. 3].

«Columbia Journalism Review», що його видає Школа журналістики Колумбійського університету з 1961 р., розмістив цілий комплекс статей, які ми об'єднали в три групи. До першої увійшли рецензії на друковані видання «The Economist», зокрема на «Pocket Style Book», «The Economist Historical Archive» («Цифровий архів The Economist»), а також відгуки на резонансні публікації журналу про майбутнє медіа [255], у тому числі на відомий матеріал «Who killed the newspaper?» («Хто вбив газету?») (*The Economist*. 2006. 26 серп.).

Друга група присвячена аналізу висвітлення «The Economist-ом» знакових подій і явищ у суспільному та економічному житті Великої Британії, США та інших країн (до прикладу, кредитної кризи 2008 р., скандалу навколо ставок лібор у 2012 р.). При цьому низка статей містила критику позицій «The Economist-а», як, наприклад, матеріал редактора наукового розділу К. Брейнарда «The Economist wants to put Greenbacks Behind Green Industry» («The Economist» хоче вивести «зелень» із зеленої промисловості) [271], а також стаття Е. Лонгобарді «The Economist (Heart) Utah» («The Economist» закоханий в Юту») [341], в якій авторка вважала невиправданим занадто оптимістичний підхід журналу до оцінювання економічного стану штату Юта, покликаючись на альтернативні дані місцевої преси.

Характеристика підходів, глибини відображення, повноти та надійності тематичних публікацій «The Economist-а» набували більшої ваги на підставі

порівняльного аналізу з іншими газетами і журналами. Вже згадуваний К. Брейнард [270], проаналізувавши матеріали преси про рекордне підвищення температури і масові пожежі в Москві у червні – липні 2010 р. та повені в Пакистані у серпні того ж року, зробив висновок про виваженість позицій «The Economist-a» та «New Scientist-a», які, на відміну від інших періодичних видань, утрималися від поспішних висновків про глобальне потепління як імовірну причину обох катаклізмів. Своєю чергою матеріал Д. Уберті «How British Media bring general election news across the pond» («Як британські ЗМІ доносять новини про загальні вибори у Великій Британії») подає низку важливих зауваг щодо ролі «The Economist-a» в інформуванні американської аудиторії про події у Великій Британії з урахуванням слабкої обізнаності американських ЗМК з особливостями британського політичного життя загалом і виборчої системи зокрема [416].

До третьої групи ми включили публікації про різні аспекти функціонування «The Economist» як медіаресурсу, зокрема про запровадження передплати на новини для смартфонів, новинний онлайн-додаток [299], роботу з фрілансерами, запуск щоденної платформи новин Economist Espresso [329]. Водночас варто виділити публікації, які містять глибокий аналіз окремих аспектів. Серед них – стаття Д. Гуттенплана «The Americanization of the Economist» («Американізація «The Economist-a») про передумови, причини і наслідки успішного завоювання тижневиком американського ринку преси [310]. Стаття Р. Чіттума «The Economist's success is not a marketing Story» («Успіх «The Economist-a» не лише в маркетингу») [282] повністю присвячена спростуванню висловленої в газеті «New York Times» [372] тези про те, що єдиною заслугою зростання прибутковості «The Economist» є його вдала маркетингова стратегія, а не журналістська складова. Р. Чітум доводить, що «The Economist» читають, оскільки це – чудовий журнал і найкраще видання, за яким можна стежити, що відбувається у світі.

Особливе місце в історіографії нашої проблеми займає праця Р. Д. Едвардс «The Pursuit of Reason» («У пошуках причин») [292]. На початок

роботи над історією видання авторка вже мала у своєму доробку ґрунтовні розвідки з історії інших періодичних видань, зокрема «Observer». На основі численних архівних матеріалів, повного комплексу річників, сотень інтерв'ю з дотичними до «The Economist-а» особами, вона вичерпно розкрила передумови та історію створення тижневика, всі його ідейні та тематичні трансформації, а також детально змалювала суспільно-політичне та економічне тло. Великою заслугою праці є ретельне перерахування численних авторів тижневика, що є неоціненним позитивом, зважаючи на анонімність публікацій та неухильне дотримання редакцією правила нерозголошення імен авторів упродовж 25 років.

Ця ґрунтовна робота була підготовлена до 150-річчя від дня заснування тижневика на підставі угоди з редакцією, однак, за твердженням авторки, їй була надана повна свобода в оцінці та викладі фактів. Праця охоплює період 1843–1993 рр. і містить величезний обсяг фактологічної інформації, статистичних даних, цитувань з епістолярних та мемуарних джерел, редакційних матеріалів тощо. У передмові Р. Д. Едвардс зазначала, що документи, за якими можна було встановити авторство публікацій, з'ясувати імена і псевдоніми журналістів, були знищені під час нацистського бомбардування будівлі лондонської редакції в 1941 р., тому здебільшого їй доводилося покладатися на спогади і свідчення редакторів відділів тижневика, зокрема Г. Гаттона, який мав блискучу пам'ять і вмів розрізняти стилі письма багатьох авторів [292, с. 12].

Велику увагу Р. Д. Едвардс приділила постаті засновника «The Economist-а» Джеймса Вільсона (1805–1860), його політико-економічним поглядам, державній службі, журналістській та редакційній діяльності. Особливою її заслугою є детальна характеристика середовища, в якому у 1830–1840-х рр. формувалася позиція Вільсона як прихильника економічної доктрини *laissez-faire*: його участь у політичних клубах, роль у Лізі за скасування хлібних законів, взаємини із сучасниками – економістами Дж. Портером, Р. Кобденом, політиками того часу. З особливою ретельністю й уважністю авторка

відтворила біографії редакторів – членів родини Дж. Вільсона – у контексті історії тижневика. Важливо відзначити, що для отримання достовірної інформації вона використала працю його сестри М. Вествотер з Університету Святого Вінсента, а також щоденник Е. Беджгот, однієї із доньок засновника «The Economist-a», в якому зафіксовано період тривалістю в 60 років [292, с. 16]. Праця Р. Д. Едвардс містить багато цінної інформації про відносини редакції з політичним істеблїшментом, пояснює складну систему менеджменту видання, розкриває невідомі сторінки внутрішньоорганізаційної роботи, висвітлює працю журналістів, яка залишилася непомітною – поза сторінками тижневика.

Одразу після публікації в 1993 р. праці Р. Д. Едвардс вийшла низка схвальних рецензій, зокрема Дж. Тернера в журналі «The Times Literary Supplement» [415], Дж. Спенса – в «Irish Historical Studies» [395], Крістін Шоу – у «Business History» [391], Г'ю Рокофа – у «The Journal of Economic History» [383].

150-річний ювілей видання не пройшов непоміченим і в інших європейських країнах. З цієї нагоди ювілейну статтю А. Свідліцькі під назвою «150 років ліберального походу» опублікувала польська газета «Rzeczpospolita» [402]. Ювілейну історіографію в 2020 р. продовжила праця А. Зевіна «Liberalism at Large. World According The Economist» («Лібералізм уповні: світ, яким його бачить «The Economist») [431]. Як зазначила у своїй рецензії Дж. Макартур у блозі Лондонської школи економіки [347], у праці А. Зевіна детально досліджено не лише історію тижневика та його вплив на політику і публічні дебати, а й обставини, які вплинули на формування лібералізму в довгостроковій перспективі. На думку рецензентки, праця продемонструвала «цінність використання засобів масової інформації як об'єктива для розуміння ідеологій, включаючи політику ідей, бізнес-моделей, технологій та політичних імперативів, що формують їх інтерпретацію та розповіді» [347].

Окрему групу наукових праць сформувала біографістика редакторів, журналістів, авторів тижневика. Серед них виокремимо інформативну для

нашого дослідження монографію А. Бучан про перших редакторів «The Economist-a» Дж. Вільсона та В. Беджгота під назвою «The Spare Chancellor: The Life of Walter Bagehot» («Запасний канцлер: Життя Вальтера Беджгота») [277]. Численні публікації присвячено й іншим відомим публіцистам, громадським, політичним діячам, які дописували до тижневика і формували його імідж на медіаарені впродовж майже 180 років.

Ведучи мову про науковий інтерес до «The Economist-a» зарубіжних дослідників, мусимо також акцентувати на високому рівні цитованості матеріалів британського тижневика іншими газетами і журналами XIX–XX ст. Про це пише Р. Д. Едвардс, наголошуючи на тому, що «The Economist» і «The Times» належали в 1930-х рр. до найцитованіших британською й американською пресою періодичних видань. Серед читачів тижневика називають прем'єр-міністра Іспанії М. Азану, американського президента Ф. Рузвельта, канцлера Німеччини (1930–1932 рр.) Г. Брюнінга, прем'єр-міністра Італії Б. Муссоліні.

Висновки до розділу 1

Вивчаючи особливості розвитку і функціонування британського тижневика «The Economist», важливо було звернутися до наукового доробку українських та зарубіжних дослідників, який був присвячений історії британської пресової журналістики загалом та окремих пресодруків зокрема.

Особливістю та вимогою історіографічного вирішення проблеми було відтворення досить тривалого періоду виходу досліджуваного нами періодичного видання. «The Economist», заснований у 1843 р., безперервно виходив навіть у найскладніші для Великої Британії періоди Першої та Другої світових воєн. Отже, сформована історіографія мала на меті відобразити

розвиток предмета в динаміці, відповідаючи принципам історизму, об'єктивності, соціального підходу й альтернативності.

У результаті опрацювання історіографії актуалізувалася неможливість синхронізації зарубіжної історіографічної бази з українською, зважаючи на тривале перебування останньої під впливом та ідеологічними обмеженнями радянської науки. Якщо тяглість історичних і теоретичних напрацювань в англomовному науковому середовищі виявилась неперервною, то український досвід починає свій відлік лише від 1990-х рр. Для повної об'єктивності доробок радянських учених у нашій роботі все ж згадується, хоча побіжно, а детальному огляду підлягали лише окремі суттєві для нашого предмета праці, які, незважаючи на свою тенденційність, продовжували активно цитуватися українськими вченими і молодими дослідниками навіть у період незалежного поступу української науки впродовж останніх 30 років.

Поділ історіографічного масиву на групи дає можливість скласти уявлення про глибину опрацювання об'єкта і предмета нашого дослідження: а) наукові публікації у фаховій періодиці та збірниках праць (серед яких – «Актуальні проблеми масової комунікації», «Наукові записки Інституту журналістики», «Образ», «Вісник Львівського національного університету імені Івана Франка», а також зарубіжні: «British Journalism Review», «Communications and Communicative technologies», «Columbia Journalism Review», «European Journal of Communication», «Journalism»); б) монографічні дослідження та колективні тематичні збірники; в) публікації в пресі та на інтернет-платформах, зокрема на професійних журналістських площадках («Детектор медіа», «Media Sapience», «Телекритика»).

На підставі аналізу доробку українських науковців зроблено висновок про те, що тижневик «The Economist» донині не набув системного вивчення, однак наукове осмислення певних аспектів його функціонування в контексті пресової журналістики Великої Британії може слугувати початковою платформою для дослідження «The Economist-а» як у межах власного національного медіапростору з проєкцією на глобальний вимір, так і в

українському інформаційному середовищі, що в нашому дослідженні має особливе значення.

Якщо окремі аспекти функціонування досліджуваного британського тижневика українські науковці все ж розглядали, то персоніфікований вимір його історії та організаційно-змістових трансформацій зміг бути відтворений лише на основі праць зарубіжних авторів. Постаті редакторів, журналістів та стейкхолдерів видання в історичній ретроспективі сформували те особливе проблемне поле, яке ми лише штрихами окреслили в цій роботі як фактор, що мав велике значення для створення його іміджу та забезпечення надійності наповнюваного контенту.

Особливе місце в історіографії досліджуваної проблеми займає праця Р. Д. Едвардс «The Pursuit of Reason» («У пошуках причин») (Лондон, 1993), яка максимально відтворила історію видання, що дало ключ до розуміння основних процесів і факторів впливу на його розвиток. Ця робота, написана історикинею із залученням величезної кількості архівних документів, друкованих матеріалів та публікацій самого тижневика, є вичерпним джерелом, що може слугувати взірцем для такого типу досліджень. Великою заслугою праці є розкриття імен значної кількості авторів тижневика, що, зважаючи на анонімність публікацій, дало можливість осягнути специфіку персональної участі у творенні його контенту найвизначніших постатей XIX–XX ст.

Українські та зарубіжні медіадослідження хоч і зосереджувалися на різних аспектах, однак створили на сьогодні достатню науково-теоретичну платформу для вузькоспеціальних досліджень, серед яких, зокрема, важливим є вивчення ролі масмедіа в розвитку суспільства, особливо в період переходу від тоталітаризму до демократії, саме той контекст, в якому варто досліджувати особливості функціонування фінансово-економічної чи ділової преси в Україні після здобуття нею незалежності.

РОЗДІЛ 2

«THE ECONOMIST»: ІСТОРИКО-ФУНКЦІОНАЛЬНІ ТА ТИПОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ

2.1. Історія тижневика крізь призму трансформації від традиційного пресодруку до сучасного медіаресурсу

2.1.1. Започаткування і розвиток тижневика

Заснування спеціалізованих економічних видань виникло як відповідь на гостру потребу в налагодженні постійної комунікації у сфері економічного та фінансового життя Великої Британії. Модель такого видання стала одним із засобів передачі економічних ідей, пошук яких тривав упродовж століть. Середньовічні схоласти формулювали свої економічні теорії переважно в релігійних трактатах про права і справедливість. У XVII–XVIII ст. меркантилісти публікували свої твори здебільшого анонімно у формі памфлетів, друківаних приватно і таким же шляхом розповсюджуваних. Існуючі на той час журнали мали на меті огляд різноматичної наукової літератури. Провідними серед таких видань були «Journal des Savants» та «Philosophical Transactions of the Royal Society» (засновані відповідно у Франції та Британії 1665 р.).

Стрімкий розвиток наукових економічних журналів припав на 1750–1760-ті рр., зокрема у Великій Британії та Франції. Серед них – «Scots Magazine» (1739–1826), «Journal Oeconomique» (1751–1772), «Journal du Commerce» (1759–1762), «Gazette du Commerce» (1763–1783), «Journal d'agriculture, du commerce et des finances» (1765–1783), «Ephémérides du Citoyen» (1765–1772), «Nouvelles Ephémérides Economiques» (1774–1766, 1788), «Ephemeriden der Menschheit» (1776–1782).

На початку 1790-х рр. низка наукових журналів, що спеціалізувалися на економічних справах, завершили своє функціонування. Частина з них була примусово закрита через цензурні утиски. Економічна комунікація змушена змінювати свої форми. Наприклад, есе економічної тематики почали виходити поза спеціалізованими журналами, однак виникали проблеми з їх розповсюдженням. Приблизно тоді ж починають оприлюднюватися перші трактати з політекономії Дж. Стюарта (1767) й А. Сміта (1776).

Водночас у Великій Британії з'явилися огляди (reviews), які відрізнялись від ранніх спеціалізованих журналів (journals) орієнтуванням на новини. Тематика цих матеріалів була зумовлена або ж конкретним дебатованим у парламенті питанням економічного життя країни, або простим тлумаченням економічних принципів для середньостатистичних громадян.

На початку XIX ст. в Європі вже існували спеціалізовані та суспільно-політичні видання універсального змісту: «Journal d'économie publique, de morale et de politique», «Edinburgh Review», «Quarterly Review», «Blackwood's Edinburgh Magazine», «Westminster Review», «The Spectator», «Journal of the (Royal) Statistical Society of London», «Bulletin of Manchester Statistical Society», «Journal des économistes» (1841–1940) та ін.

Періодичні видання, що виходили друком у Великій Британії на початку XIX ст., поступове зростання їх кількості, типологічне розмаїття, хороші статистичні дані про наклад та їх фінансовий стан дали підстави багатьом дослідникам стверджувати, що перша половина XIX ст. була сприятливою для розвитку медіа. Р. Д. Едвардс номінувала цей час як «період стрімко зростаючої популярності преси, а згодом і її процвітання» [292, с. 15].

На відміну від української преси, розвиток якої у першій половині XX ст. супроводжувався трагічними суспільними катаклізмами, а відтак на довгі десятиріччя був деформований радянським пануванням, британська преса, рівно ж як і суспільство, таких потворних і руйнівних впливів не зазнавали ніколи. «...Тривалий час британське суспільство було наймодернізованішим і найіндустріалізованішим в Європі і, напевне, найвідкритішим для ліберальних

ідей. З іншого боку, британські інституції були винятковими в тому розумінні, що ніколи не зазнавали революційних та окупаційних струсів. Панівні політичні погляди зоставалися суто прагматичними. Монархія й далі правила відповідно до законів та звичаїв, ухвалених наприкінці XVII ст., немов і не було ніколи Французької революції. Королева Вікторія (правила впродовж 1837–1901 рр.) та її велика родина виявились ідеальними партнерами для парламентського врядування, стали силою, що забезпечувала стабільність і давала змогу чинити розважливий вплив на закордон. У Британії були республіканські симпатії, проте не існувало поважних рухів за скасування монархії чи запровадження конституції», – відзначав Н. Дейвіс у книзі «Європа: історія» [78, с. 832]. Участь Великої Британії в Другій світовій війні, економічні кризи хоча і створювали несприятливі суспільно-політичні умови, проте не змогли остаточно завадити газетам і журналам виходити у звичному для них режимі.

Система преси Великої Британії є однією з найстаріших і найстабільніших пресових систем у світі. Саме тут зосереджено видання з тривалою історією, зокрема: «The Times» (1785–), «The Observer» (1791–), «The Guardian»/«Manchester Guardian» (1821–), «The Sunday Times» (1822–), «Evening Standard» (1827–), «News of the World» (1843–), «The Daily Telegraph» (1855–), «The People» (1881–), «Financial Times» (1888–), «Daily Mail» (1896–), «Daily Express» (1900–), «Daily Mirror» (1903–).

Лондонський ринок періодики, зокрема його журнальний сегмент, на початку XIX ст. творили: «London Magazine» (1732–), «Edinburg Review» (1802–1929), «Quarterly Review» (1809–1967), «The Spectator» (1828–). Ці видання хоча й виконували роль виразника нових економічних ідей в епоху промислової революції та інтенсивного розширення меж Британської імперії, однак їх практичне значення було обмеженим через значні інтервали в періодичності, оскільки серед них переважали місячники.

Вплив соціальної структури суспільства на появу й функціонування преси та наявність середнього класу як однієї з передумов її розвитку відзначали

багато дослідників. Зокрема, український учений О. К. Мелешенко вказував на те, що в 1811 р. у промисловості було зайнято 44 % населення [157, с. 80].

Започаткування «The Economist-a» відбувалось у жорстких конкурентних умовах, адже станом на 1811 р. читачі Лондона мали змогу обирати з-поміж 16 щоденних газет (8 вечірніх і стількох же ранкових) [157, с. 81]. Жанр памфлету, про який ми вже вели мову, виявився занадто громіздким, та й есе в наукових періодичних виданнях з великими інтервалами виходу не могли задовольнити практичних потреб фінансової еліти. Необхідним було аналітичне спеціалізоване періодичне видання економічної тематики, скероване на фінансову та політичну еліту суспільства Великої Британії того часу, зокрема на політиків, банкірів, промисловців, фінансистів. Воно мало б забезпечити їх потрібною інформацією про міжнародні контракти, економічний і фінансовий стан, статистичними відомостями. Потреба в такому виданні особливо загострилася наприкінці 30-х – на початку 40-х рр. XIX ст., коли англійське суспільство було наповнене внутрішніми суперечностями, а ідеологічно відмінні групи намагалися впливати на перебіг їх розвитку. Основними спірними питаннями того часу були подолання наслідків голоду в Ірландії 1829 р., внаслідок якого померли понад один мільйон осіб і два мільйони емігрували; скасування «хлібних законів» (прийняті 1815 р. для стримування імпорту зерна у Велику Британію), що уособлювали протекціоністську політику британського уряду.

На початку 40-х рр. XIX ст. ідею створення часопису вказаного типу почав втілювати прихильник Манчестерської школи лібералізму, авторитетний промисловець і фінансист із публіцистичним хистом Дж. Вільсон (1805–1860). Аналіз ідейної платформи, на якій започатковано тижневик, є необхідним для розуміння мотивів його діяльності та вказує на специфіку його позиції щодо актуальних проблем сучасності. На старті цього медіапроекту Дж. Вільсону вдалося сформулювати коло прихильників серед впливових політичних діячів Великої Британії, зокрема членів партії вігів та Ліги за скасування хлібних законів («Anti-Corn Law League») під проводом видатних британських

політиків, підприємців і публіцистів Р. Кобдена (1804–1865) і Дж. Брайта (1811–1889) та інших авторитетних осіб. Сам Дж. Вільсон свідомо уникав офіційного членства в «Лізі». У 1840 р. він вступив до заснованого 1837 р. Реформаторського клубу вігів.

Започаткуванню часопису сприяла особиста участь Дж. Вільсона у фінансовому та політичному житті Вікторіанської Англії, його глибока обізнаність з політекономічною теорією та практичний фінансовий досвід. На початку 1840-х рр. він прославився як автор низки памфлетів, серед яких – «Негативний вплив хлібних законів на всі суспільні класи, зокрема на інтереси землевласників» (1839), «Валютні коливання, торгівля та мануфактура» (1840), а також багатьох статей на економічні теми у виданнях «Morning Chronicle», «Manchester Guardian» та «Examiner». Економічний світогляд Дж. Вільсона формувався на базі класичної школи, а саме праць А. Сміта, Дж.-Б. Сея, Д. Рікардо, Дж. Мілля, Дж. Портера та ін. Загалом тижневик як тип пресового видання віднайшов своє особливе місце в структурі періодичної преси ще у XVIII ст. і до початку XIX ст., втративши позицію оперативності порівняно зі щоденною пресою, зосередився на аналітичній журналістиці.

У програмній статті, вміщеній у проспекті новоствореного видання, яке побачило світ у серпні 1843 р., Дж. Вільсон запропонував своє бачення структури майбутньої газети, до якої мали увійти: 1) оригінальні редакційні статті актуальної для того часу проблематики; 2) статті на практичні, комерційні, сільськогосподарські теми, про прибутки та міжнародні угоди; 3) статті про елементарні принципи політичної економії; 4) звіти про парламентські дебати; 5) повідомлення про залізничний рух, зміни у фіскальному врегулюванні, про стан грошового ринку, залізниці і громадські компанії; 8) сільськогосподарські поради; 9) зарубіжна інформація та повідомлення з колоній; 10) правові питання; 11) книжкові огляди; 12) поточні ціни й тижнева статистика; 13) редакційна кореспонденція та відповіді на запитання читачів [292, с. 21]. Крім того, кожного місяця мало виходити число зі статистичною інформацією.

Найважливішою відмінністю й особливістю новоствореного тижневика стала чітка ідеологічна позиція, яка відрізняла його від «The Times», «Morning Post» та інших. Це був рупор «Ліги за скасування хлібних законів», але не організаційно, що давало можливість керівництву видання бути впевнено самостійним. Хоча «The Economist» і був заснований за сприяння очільників Ліги, Дж. Вільсону вдалося зберегти інституційну незалежність свого видання. Від самого початку «The Economist» був позитивно сприйнятий не тільки у Великій Британії, а й поза її межами, зокрема в Італії, США, Франції.

Незважаючи на авторитет часопису, перший рік його функціонування виявився доволі складним: кількість передплатників не була достатньою для налагодження нормального процесу його видання. Середній тижневий наклад, який у 1843 р. становив 1969 прим. (для порівняння: «Punch» – 3938 прим., «The Spectator» – 3557 прим.), у 1844 р. продовжував падати. Найпростішим виходом зі скрутного становища міг стати перехід видання у статус офіційного органу Ліги, однак Дж. Вільсон зайняв з цього приводу категоричну позицію.

Завдяки його професійності, умінню комунікувати з фахівцями, залученню до пресового проєкту відомих банкірів та фінансистів, часопис продовжив свій вихід, нарощуючи тижневий наклад та набуваючи нових прихильників. Позиція видання активно виявилася в боротьбі проти «Хлібних законів» та особистій участі редактора Дж. Вільсона в діяльності Ліги за їх скасування. Після їх відміни і розпуску Ліги у 1846 р., а також припинення існування офіційного органу Ліги – «Циркуляра», – усі передплатники отримали звернення керівництва Ліги із закликом підтримати тижневик.

«The Economist» обстоював ідеї вільної торгівлі і лібералізму, неприхильно ставився до протекціонізму. Усі матеріали, за винятком статей, які стосувалися новин сільського господарства, геології, досягнень у галузі сільськогосподарської хімії, писав сам Дж. Вільсон. Часопис доволі швидко набув іміджу об'єктивного та надійного джерела статистичної й економічної інформації.

Можливості впливу пресового органу на хід політичного процесу надала сама система британської демократії. У праці Р. Д. Едвардс неодноразово цитуються виступи очільників уряду, спровоковані публікаціями в «The Economist». Це вагоме свідчення впливу видання – якщо не прямого, то опосередкованого, у формі каталізатора і провокатора дискусій.

Отже, перші роки існування тижневика визначались утвердженням чіткої редакційної та ідеологічної позиції (лібералізм, політика неутручання), інституційної незалежності (незважаючи на залежність фінансову), анонімності, високих вимог до авторського складу. Предмет відображення – економіка, фінанси, аналіз законодавчих ініціатив британського парламенту крізь призму ліберальної ідеології. Цільова аудиторія – політична, економічна, фінансова еліта. Тип видання – спеціалізований економічний тижневик. Структура передбачала рубрики та розділи за галузями: банківська справа, сільське господарство, залізниця, торгівля.

На розвитку часопису позитивно позначилася його значна залежність від особи редактора. Джеймс Вільсон – вольовий, практичний, стриманий, один із найбільших інтелектуалів Вікторіанської доби, фінансист і політик. За час його активної участі в тижневику предмет відображення охоплював практично всі галузі економіки, а також доповнювався розглядом різних подій найвищого ступеня важливості для суспільства.

Про пошуки в типологічному виформовуванні пресодруку у спеціалізований часопис свідчить також намагання редакції зацікавити читача рубриками, що містили новини з приватного життя відомих осіб та королівського двору. Згодом усе ж приватний зміст був цілковито витіснений суспільно важливими подіями економічного життя імперії. Стрижнем видання продовжували бути редакційні статті Дж. Вільсона щодо актуальних проблем економічного і політичного життя, а тижневик активно шукав прийнятні форми подання інформації.

Матеріал видання умовно об'єднувався в політичний та фінансовий розділи. Окрім редакційних матеріалів, у ньому друкувались статті на теми

податкового законодавства, основних принципів політекономії, міжнародних угод, сільського господарства і торгівлі, валютного ринку, залізниці, а також новини, звіти з парламентських дебатів, ринкові прогнози, інформація з колоній та з-за кордону, книжкові огляди, поточні ціни, статистичні дані, листи читачів. Усі висвітлювані проблеми обговорювались з позиції ліберальної ідеології і були тісно пов'язані з економічною ситуацією в Британській імперії. На літературній сторінці подавались рецензії на щойно опубліковані праці про сільське господарство, політекономію, статистику, філософію тощо.

Перший розділ об'єднував матеріали на політичні теми (або тісно з ними пов'язані), а також ті, які не можна було ввести до розділу про комерцію. Окрім редакційних статей на актуальні теми, туди входили публікації, вміщені під рубриками: «Двір і аристократія», «Метрополія» (новини зі столиці та околиць), новини з-за кордону, парламентські репортажі, повідомлення про діяльність прихильників ідей вільної торгівлі, кримінальна хроніка, огляди книжкових новинок у галузях політичної економіки, вільної торгівлі, сільського господарства, державного управління, а також «Miscellanea» і «Postscript». Публікувалися повідомлення про народження, смерть, одруження і банкрутство. Така змістова еkleктика дала підстави Р. Д. Едвардс назвати видання того періоду «сумішшю безцінного і непотрібного» [292, с. 27].

У змісті журналу, що подавався в лівому верхньому кутку під логотипом, обидва розділи не відокремлювалися заголовками, а перелік статей чергувався з переліком рубрик. Аналіз співвідношення за обсягом між рубриками в межах цього розділу в перших числах тижневика засвідчив такий їх розподіл: редакційні виступи – п'ять колонок; рубрика «Двір і аристократія» – чотири; «Метрополія» та новини з провінції – одна; новини за кордону – три; кримінальна хроніка – одна; рубрика, присвячена рухові прихильників вільної торгівлі – одна; книжкові огляди – шість; «Miscellanea» – одна; листи – одна; «Postscript» – пів колонки. Отже, найбільша частка матеріалів припадала на редакційні виступи і книжкові огляди.

Зважаючи на спеціалізацію «The Economist-a», усі висвітлювані проблеми мали також зв'язок з економікою Британської імперії і розглядалися крізь призму ліберальної економічної ідеології, яка в цій країні на той час набула значення національної філософії та національної політики. Як один із перших економічних спеціалізованих періодичних видань у Європі, «The Economist» реалізував важливе базове завдання економічної журналістики: тлумачити політичний сенс економічних подій.

Обсяг редакційних виступів упродовж 1843–1877 рр. змінювався залежно від особи редактора та його стилю. Зокрема, перші редакційні виступи Дж. Вільсона, на думку читачів, були занадто довгими, що негативно впливало на їх прочитання і, звісно, сприйняття. Цей надмірний обсяг редакційних статей пояснювався передовсім його недосвідченістю як редактора. Однак проблема невдовзі була подолана. Наприклад, зіставивши квітневі числа журналу за 1856, 1860 та 1863 рр., Р. Д. Едвардс наголосила на низці поворотів у редакційній політиці щодо тематики обговорюваних проблем. Це було спричинено зміною редакторів пресодруку. У 1856 р. його продовжував очолювати Дж. Вільсон, який з 1857 р. у зв'язку з обранням до парламенту почав відходити від активної організаційної та редакторської діяльності, призначивши на своє місце Р. Г. Гаттона – англійського письменника, публіциста і теолога. У 1861 р. останній прийняв пропозицію співвласника газети «The Spectator» М. Таунсенда стати співредактором і співвласником цього видання. Наступним головним редактором було призначено В. Беджгота – банкіра, економіста, політичного аналітика, згодом – одного з найвпливовіших журналістів середньовікторіанської епохи.

Зазначимо, що чималих змін упродовж указанного періоду зазнала літературна рубрика. В 1856 р., коли виданням керував Вільсон, а літературну сторінку редагував В. Р. Грег, вона подекуди займала тринадцять з половиною колонок – майже сім сторінок. Такий обсяг заповнювався не лише рецензіями на нові видання в галузі політичної економії, державного управління, а згодом і на художні та філософські твори (сфера особистих зацікавлень Грега), а також

оглядами періодичних видань, серед яких – «National Review», «Westminster Review», «Edinburg Review», «Quarterly Review».

Прискіпливість щодо перебігу парламентських дебатів була основною рисою щоденної британської преси. Видання часто друкували повні тексти виступів політичних діячів як у парламенті, так і поза ним. «The Economist» теж містив рубрику, присвячену подіям у найвищому законодавчому органі Великої Британії – «Imperial Parliament» («парламент імперії»).

Змістове наповнення суттєво впливало на назву часопису. Оскільки від самого початку редакційні матеріали, написані Дж. Вільсоном, демонстрували його жваве зацікавлення банківською справою та інвестиціями, тож значної деталізації і розширення зазнав блок, присвячений грошовому ринку. Було навіть створено окремий розділ – «Banker's Gazette» («Банківський вісник»), що вкотре зафіксовано в доповненні до назви «The Economist and Weekly Commercial Times. Bankers' Gazette» («Економіст і комерційний тижневик. Банківський вісник») [292, с. 94].

Незважаючи на існування на пресовому ринку видань, які спеціалізувалися на висвітленні залізничної теми («Railway Express», «Railway Globe», «Railway Standard», «Railway Review»), «The Economist» започаткував окремий дев'ятисторінковий розділ, присвячений розвитку залізниць. «Railway Monitor» мав на меті виявляти вплив залізниць на національне багатство та промисловість країни, а також вивчати наслідки його функціонування для валютного ринку. Тут щотижня подавалися детальні таблиці з цифровими показниками діяльності компаній, їх фінансового стану і вантажообігу. У зв'язку з цим знову змінено назву видання на «The Economist, Weekly Commercial Times, Bankers' Gazette and Railway Monitor. A Political, Literary and General Newspaper» («Економіст, комерційний тижневик, банківські відомості та залізничний монітор. Політична, літературна та загальна газета»).

Через зменшення читацьких запитів на матеріали залізничної тематики обсяг розділу скоротився до двох сторінок, а відтак – восени 1870 р. – взагалі припинив своє існування. З повної назви тижневика словосполучення

«залізничний монітор» зникло в 1934 р., коли назва видання зазнала радикального скорочення й була обмежена одним словом – «The Economist».

Загалом у період становлення «The Economist-a» протягом 1843–1877 рр. відбувалися динамічні зміни в його структурі. Зорієнтованість на конкретного читача зумовила постійний пошук способів подачі інформації, відбору подій для аналізу та тлумачення з метою поглиблення інформаційної забезпеченості конкретного інтелектуального середовища.

Основними змінами у структурі тижневика були: відкриття нових розділів (присвячені банківській справі та залізничній тематиці), припинення їх існування (наприклад, розділу, присвяченого розвитку та діяльності залізниць), заснування та закриття нових рубрик, зміни в обсяговому співвідношенні між ними. Характерним для «The Economist-a», нагадаємо, було відображення найзначніших структурних змін у його назві.

Факторами, які впливали на ці структурні зміни, були: потреби читацької аудиторії, намагання якнайповніше реалізувати функціональне призначення, яке полягало в інформаційному та аналітичному забезпеченні діяльності ділових кіл Великої Британії у період найбільшого розквіту імперії, а також особистий досвід редакторів та їх внесок у формування редакційної політики.

У 1864 р. при тижневику було започатковано додаток «Investor's Monthly Manual» («Щомісячний посібник для інвестора») з переліком останніх показників найвищих і найнижчих цін на товари на всіх біржах за останній місяць, залізничні й банківські акції, інші цінні папери; режим виплати дивідендів тощо. Перше число надсилалося читачам безкоштовно. Додаток став високоприбутковим. Згодом до його змісту було введено звіти компаній, деталі нових операцій та ін. До 1890 р., до появи видань «Financial News», «The Financial Times», а також журналів на зразок «Investor's Review», він не мав конкурентів на газетному і журнальному ринках. З появою інших спеціалізованих видань такого ґатунку почав різко скорочуватись наклад «Investor's Monthly Manual». З початкового показника у 36,5 тис. прим. у 1913 р. місячний наклад склав лише 1296 прим. і продовжував падати. Однак

підтримуваний редакцією тижневика він виходив упродовж 66 років – до 1930 р. Нині він є неоціненним джерелом для вивчення економічної історії Великої Британії того періоду.

Серед низки інших започаткованих на базі «The Economist-a» додатків, які підтверджували важливість і затребуваність його проблемно-тематичних напрямів, були: піврічник «Banking Supplement», щорічник «Commercial History», місячник «Trade Supplement». Діяльність спеціальної аналітико-дослідницької служби (EIU), створеної в 1946 р., посилила лідерські позиції «The Economist-a» на ринку ділової преси, а також у сфері фінансового та політичного прогнозування на національному та глобальному рівнях.

2.1.2. Творчий колектив: редактори, журналісти, автори

Упродовж майже 180-річної історії розвитку й функціонування «The Economist-a» над його змістом працювала значна плеяда талановитих особистостей. Більшість авторів тижневика – непересічні особистості, які не лише залишили помітний слід в історії тижневика і британської журналістики, а й були визначними діячами політики, економіки та культури Великої Британії XIX–XX ст.

Особи редакторів «The Economist-a» відомі, тож можемо впевнено назвати їх: Дж. Вільсон (1843–1957), Р. Г. Гаттон (1857–1861), В. Беджгот (1861–1877), Д. К. Лефбері (1877–1881), Р. Х. Пелгрейв (1881–1883), Е. Джонстоун (1883–1907), Ф. В. Герст (1909–1916), Х. Віверс (1916–1921), В. Т. Лейтон (1922–1938), Дж. Кроувер (1938–1956), Д. Тірман (1956–1965), А. Бернет (1965–1974), Е. Найт (1974–1986), Р. Пінен-Рі (1986–1993), Б. Еммот (1993–2005), Дж. Мікелтвейт (2006–2014), З. М. Беддос (2015 – донині).

Сповідувана анонімність редакції «The Economist-a» не дозволяє нині перерахувати імена тих журналістів, які працювали над змістом видання впродовж усіх років його виходу. Традиція анонімності панувала від часу заснування «The Economist-a» і продовжується сьогодні. За цих умов унікальної

ваги набувають архівні та опубліковані джерела щодо історії тижневика. На їх основі авторкою фундаментальної праці про «The Economist» під назвою «The Pursuit of Reason: The Economist 1843–1993» («У пошуках причини: «The Economist» 1843–1993») Р. Д. Едвардс було встановлено імена найвідоміших та найвпливовіших авторів, а також ідентифіковано опубліковані ними тексти. Щоправда, ідентифікувати імена вдалося тільки до 1968 р., оскільки за суворо визначеними правилами таємниця збереження анонімності повинна бути дотримана протягом 25 років (праця Р. Д. Едвардс вийшла у світ, нагадаємо, з нагоди 150-річчя тижневика – 1993 р.). Наведемо в цьому контексті думку дослідниці О. Кирилової про те, що «анонімність є своєрідним запереченням ідеї персонального журналізму, який поширений у США» [122].

Для розуміння цього явища важливим для нас буде фрагмент із тексту Стівена Брілла – оглядача «Reuters», однак «із власними думками», як зазначено в його авторській колонці «COLUMN: Stories I'd like to see» («Колонка: Історії, які мені хотілося б бачити») [274]. Його розуміння анонімності в британському тижневику дає можливість подивитися на цю умовність під певним кутом зору. Отже, до певного часу журналіст був переконаний, що ті особи, які передплатили «The Economist», прагнули мати часопис «на своїх журнальних столиках, щоб вразити друзів», а не для потреби й системного читання. Однак, перебуваючи в літаку з вимкненою електронікою, він змушений був взяти в руки журнал: «Я занурювався у статті за статтями і був приголомшений тим, наскільки розумним та оригінальним є Economist щодо тем, про які я вже читав... або щодо тем, які мене не заторкували до цього...».

Журналіст назвав «новою лояльністю» своє ставлення до «The Economist-a». Вона полягала передовсім в оцінці надзвичайно талановитого подання інформації і, звісно, в неможливості з'ясувати будь-які дані про «журналістів, які виробляють такі речі світового класу». Журналістам – особам творчим, як зазначав Б. Стівен, «подобаються наші підписи. Ми не любимо працювати

анонімно. Деякі навіть із задоволенням ходять на телебачення, щоб поговорити про те, що вони написали» [274].

«Читання історій без імен», що так вразило С. Брілла, на нашу думку, дає змогу зосереджуватися на змісті статей, а не на авторитетності імені осіб, які їх написали. Вважаємо, що ідея анонімності за задумом її ініціаторів «працює» загалом на авторитетність самого видання, на його позиціонування в інформаційному просторі загалом, а не на акцентації на імені певного автора. Враховуючи економічну спеціалізацію видання, всі автори володіли глибокими знаннями в галузі політичної економії, ідей вільної торгівлі та фінансів.

Засновник і перший редактор тижневика, про якого йшлося в першому підрозділі цієї частини роботи, – Джеймс Вільсон (1805–1860) – сформулював основні цілі видання, визначив принципи організації його структури і накреслив основну тематику, що залишалася практично незмінною до початку ХХ ст. Вільсон був автором передових статей «The Economist-a» й активно займався редагуванням тижневика, доки його політична діяльність не почала домінувати. Як стверджував В. Парсонс, Дж. Вільсон створив новий різновид «економічної журналістики, орієнтованої на потреби бізнес-товариства... Це була журналістика, яка поєднувала практичний бізнес, абстрактні теорії та політичні аргументи» [369, с. 26]. Від 1847 р. до 1859 р. він був членом Палати громад британського парламенту, відтак – Секретарем Контрольного бюро, що займалося справами Індії (1848–1852 рр.), фінансовим секретарем казначейства (1853–1858 рр.), главою казначейства (1859 р.), віце-президентом торгової палати (1859 р.). У серпні 1859 р. став фінансовим членом Ради Індії і таємним радником. Через рік помер у Калькутті. Зумів залучити до співпраці з тижневиком відомих економістів, зокрема членів елітного Політекономічного клубу, заснованого в Лондоні 1821 р. для підтримки ідей вільної торгівлі: Р. Джіффена (1837–1910), сера Дж. К. Люїса (1806–1863), В. Ньюметча (1820–1882), а також зятів – В. Беджгота та В. Р. Ґрега.

Від 1844 р. з тижневиком почав співпрацювати Т. Годскін (1787–1865) – британський економіст, соціал-утопіст. У своїх книгах «Захист праці від

зазіхань капіталу» (1825) та «Популярна політична економія» (1827) він аналізував природу капіталу, відносини капіталу і праці, тенденції норм прибутку. У «The Economist-i» спершу друкував рецензії на книги та памфлети економічної та соціальної тематики, згодом – передові статті з питань освіти, права, злочинності та бідності. Йому належить огляд праці Дж. Стюарта Міля «Принципи політичної економії» у тижневику від 27 травня 1848 р. [292, с. 128].

У когорті авторів тижневіка перебував всесвітньо відомий британський філософ і соціолог Г. Спенсер (1820–1903) – один із засновників позитивізму, особливо популярного наприкінці ХІХ ст. Огляд його праці «Соціальна статистика», Т. Годскін помістив у числі від 8 лютого 1851 р.

В. Р. Грег (1809–1881), британський есеїст, розпочав співпрацю з «The Economist-ом» у 1846 р. Понад 10 років він був автором редакційних матеріалів (передовиць) та коментатором міжнародної подіївістики. У 1854 р. став співредактором кварталника «National Review». У червні 1856 р. міністр фінансів сер Дж. К. Люїс, який свого часу теж співпрацював із тижневиком, призначив його головою митної служби Великої Британії.

У період, коли Дж. Вільсон уже не мав змоги виконувати обов'язки редактора «The Economist-a», він доручив цю функцію письменнику, теологу Р. Г. Гаттону (1826–1897). Як зазначила Р. Д. Едвардс, це призначення не зовсім позитивно вплинуло на видання, однак він згодом все ж став успішним редактором, щоправда, іншого видання: від 1861 р., і аж до смерті був співредактором та співвласником газети «The Spectator» спільно із М. Таунсендом (1831–1911). Він був також ректором Університету Гол, відтак – редактором «Prospective Review», кварталника унітаристів, та журналу «Inquirer», до яких зрідка дописував і В. Беджгот. «Prospective Review» був витіснений кварталником «National Review», що згодом став одним із популярних вікторіанських кварталників.

Окрім самого Дж. Вільсона, до справ тижневіка були долучені його дружина і шестеро доньок: Еліза (1832–1921), Джулія (1834–1911), Матильда

(1836–1922), Зеновія (1838–1923), Софія (1840–1926), Емілія (1841–1933). Крім того, частка у власності тижневика по смерті засновника перейшла до двох його братів. Таким чином, зі спадкоємців було сформовано наглядову раду, яка призначала редакторів і могла коригувати редакційну політику. Найактивнішу участь у цьому процесі брали вдова Вільсона, донька Еліза та брати Джордж, Джон і Вальтер Вільсони.

Після смерті Дж. Вільсона головним редактором і виконавцем заповіту покійного став відомий банкір та фінансист, громадський діяч та письменник, а крім того його зять В. Беджгот. Його перші статті у «The Economist-i» датовані 1857 р. і підписані псевдонімом «Банкір». Його вважали типовою людиною лондонського Сіті, не зануреною в літературу чи мовні звороти, але захопленою фактами і такою, що читає тільки заради інформації. Він був партнером у банках «Брістоль» і «Сомерсетшир», менеджером брістольської філії, звідки пішов у відставку після смерті Дж. Вільсона, залишивши за собою секретарювання і нагляд за лондонською філією, водночас підтримував свої бізнес-інтереси в Ленгпорті. Як політичний коментатор, у 1856 р. створив собі репутацію серією статей про уряд, яка опублікована у «Saturday Review». У широкі політичні кола В. Беджгот увійшов у 1859 р. після публікації памфлету про парламентську реформу. З 1853 р. до 1855 р. писав про літературу і політику, а його виступи у період 1856–1861 рр. пов'язані з банківською справою і грошовим обігом. За його редакторства тижневик «The Economist» утвердив себе як надійне і компетентне джерело, що не викликає підозр щодо об'єктивності [292, с. 11].

Активну журналістську діяльність В. Беджгот, як і Дж. Вільсон, поєднував із відповідальною посадою у британському уряді: був фінансовим секретарем міністерства фінансів. У 1873 р. вийшла його книга «Lombard Street» («Вулиця Ломбард»), присвячена історії грошового ринку. Він є також автором проекту англійської конституції. У редагованому ним тижневику з квітня 1861 р. до липня 1863 р. опублікував десяток статей, присвячених конституційній проблематиці. «Його досягнення для «The Economist-a»

полягало в тому, що він взяв творіння Джеймса Вільсона, розширив його, поглибив, збагатив і зробив із нього продукт власного життя. Беджгот віднайшов правильну формулу, надав йому солідної репутації і зробив його настільки міцним, що той міг існувати і без нього», – високо оцінила внесок В. Беджгота Р. Д. Едвардс [292]. За словами В. Парсонса, зі смертю В. Беджгота помер публічний дискурс політичної економії [369, с.5].

За часів редакторства В. Беджгота одним із найпомітніших авторів тижневика був Р. Гіффен (1837–1910) – англійський статистик і економіст, що долучився до журналістики в 1860 р. Після дворічної праці помічником редактора у «Stirling Journal» став помічником редактора вечірньої газети «Globe». У 1866 р. був помічником редактора часописів «Daily News» і «Fortnightly Review», а також позаштатним співробітником «Spectator-a».

У 1867 р. Р. Гіффен став членом Статистичного товариства, у 1882 р. був обраний його президентом. Редактором «The Economist-a» він став у 1870 р. і звільнився у 1872 р. задля посади в газеті «Daily News», а в 1876 р. водночас став редактором «Journal of the Statistical Society». Не отримавши посади редактора «The Economist-a» після смерті В. Беджгота, заснував журнал «Statist: a journal of practical Finance and Trade», який став серйозним конкурентом «The Economist-a».

Від 1877 р. співредакторами тижневика стали банкір, економіст і статистик Р. Пелгрейв та економіст Д. К. Лефбері. Сер Роберт Пелгрейв на момент призначення співредактором видання написав есе про місцеве оподаткування у Великій Британії та Ірландії, за яке отримав нагороду Тейлора у Статистичному товаристві. Він був автором численних публікацій у банківських виданнях, мав вагомий авторитет у банківській галузі.

За його співредакторства значно вдосконалено банківський розділ, а також спеціальний банківський додаток, який заснував В. Беджгот у 1861 р. для публікації піврічних звітів англійських банків у супроводі вичерпних таблиць банківських установ. Помилкою Пелгрейва вважають допущення виразного

домінування банківської теми в тижневику, що звузило читацьку аудиторію і призвело до скорочення накладу.

До приходу в «The Economist» Деніел Корнер Лефбері (1831–1922) багато писав на політичні, освітні і релігійні теми для «Daily News» і «Pall Mall Gazette». Для «The Economist-a» Лефбері продовжував працювати над цими ж темами, однак майже не торкався проблем внутрішньої та зовнішньої політики, залучаючи до цього позаштатних співробітників.

Постать редактора Е. Джонстоуна була найменш публічною. У 21 рік він поїхав в Единбург, де почав працювати для газети «Scotsman». Через вісім років став фінансовим журналістом, а згодом – менеджером лондонського офісу газети. Одночасно дописував на фінансові теми для «Pall Mall Gazette», пишучи також передовиці на фінансові теми для В. Беджгота. У 1881 р. був призначений помічником Пелгрейва [292, с. 323]. За час свого редакторства, за висловлюванням Р. Д. Едвардс, «випускав чесну, але нудну газету» [292, с. 325]. При ньому погіршало висвітлення закордонної тематики. Це був період, коли «The Economist» активно вдавався до послуг політичних журналістів «Spectator-a», зокрема одного з його редакторів – М. Тоунсенда як основного автора статей на теми міжнародних відносин. Його співпраця з тижневиком почалася після смерті В. Беджгота. Надважливим завданням тижневика Е. Джонстоун вбачав постачання читачів правдивою фінансовою інформацією, зокрема відомостями з фондової біржі [292, с. 417].

Загалом час редакторства Е. Джонстоуна був періодом зростання популярності фінансової журналістики, і він мав величезний вплив на її формування. Його досягненням було перетворення тижневика на великий інвестиційний фінансовий журнал з надійною репутацією в час, коли таке видання було вкрай необхідним.

Одним з авторів передових статей при Е. Джонстоуні був Г. Г. Есквіт (1852–1928), згодом – прем'єр-міністр Великої Британії (1908–1916). Його наставниками в журналістиці були Р. Г. Гаттон і М. Таунсенд, співредактори газети «Spectator», на сторінках якої Г. Г. Есквіт писав на політичні, соціальні й

економічні теми. Його перу належала одна з двох щотижневих передовиць аж до 1885 р. З-поміж усіх журналістів, які працювали для тижневика у ХІХ ст., Есквіт був найяскравішим послідовником стилю В. Беджгота [292, с. 346]. Прихід Есквіта додав рушійної сили і живучості політичній секції, яка при Е. Джонстоуні не дуже враховувала інтереси читачів.

Дж. Ло Стречі вважається одним із найвизначніших політичних журналістів «The Economist-a». Він був також автором передовиць у газеті «Spectator». Після того, як Стречі перестав писати для «The Economist-a», на його місце прийшов ще один рекрутований із «Spectator-a» журналіст – В. Кларк [292, с. 417]. Після виходу з тижневика Стречі, Кларка і Таунсенда новими найважливішими авторам стали Т. Бейнс і Дж. Вулкот.

Після відсторонення з посади Е. Джонстоуна впродовж семи місяців обов'язки редактора виконував В. В. Райт. У 1907 р. редактором було призначено Ф. Герста, що привело до значних змін як у тематиці видання, так і в принципі добору авторів. Він започаткував збільшення штатних співробітників (у 1906 р. загальний штат нараховував лише 8 осіб), яких добирав переважно з-поміж молодих випускників Оксфорда. Ця традиція існує й донині [292, с. 41–42]. У 1964 р. ця кількість зросла до 165 осіб, у середині 1992 р. – до 286. В інтерв'ю Б. Еммот повідомив, що в тижневику працюють 70 кореспондентів. Від 2006 р. редакцію «The Economist-a» очолював Дж. Міклтвейт, а від 2015 р. головним його редактором вперше стала жінка – З. М. Беддос, яка працювала редактором розділу економіки, бізнес-розділу тижневика.

Характерною особливістю співпраці журналістів із «The Economist-ом» був той факт, що майже всі вони паралельно співпрацювали з іншими лондонськими газетами та журналами. Серед них – Т. Годскін («Brington Guardian»), «Courier Daily News»; Джонстоун («Daily Express»), Гіффен («Daily News»), Лафбері («Daily News»), В. Беджгот («Spectator», «Fortnightly Review» Райд» («Daily Telegraph»), Герст («Daily Tribune»), Г. Спенсер («Edinburg Review», «Leader»), Паркінсон («Financial News»).

В. Лейтон, який став редактором у 1920-х рр., змінив підхід до наповнення журналістського штату. В цей час тижневик мав 92 позаштатних дописувачів. Його зарубіжна кореспондентська мережа, розширюючись, охопила, окрім європейських країн (Австрії, Голландії, Данії, Іспанії, Франції, Угорщини, Швейцарії, Югославії, Чехословаччини), Японію, Індію, Аргентину, Південну Африку, Нову Зеландію, а також Лігу Націй [292, с. 616].

За весь період функціонування тижневик згуртував навколо себе гроно визначних редакторів і журналістів, які приймали позицію редакції щодо анонімності авторства. Крім Дж. Вільсона, авторами тижневика стали відомі на той час політики, економісти, фінансисти, літератори та релігійні діячі. За багато років існування на його сторінках публікувалися також Т. Бейнс, Е. Веленс, Ф. Герст, В. Кларк, Дж. Кроуфер, А. Тойнбі, Дж. Улекот, Ф. Й. Редліх, Л. Ейнауді.

Авторитет редакторів та авторів у ділових і політичних колах, членство в наукових товариствах та клубах тогочасної Великої Британії був важливим фактором впливу видання на свою аудиторію. Аналітична складова публікацій «The Economist-а» вимагала від читацької аудиторії відповідної інтелектуальної підготовки, що перетворювало тижневик на елітне видання, яким воно залишається й донині.

Вивчення авторського складу (персоналії, тенденції в доборі) має велике значення для розуміння місця тижневика в системі британської преси ХІХ ст. Це було спеціалізоване економічне видання з нечисленним, але ретельно дібраним штатом публіцистів, які, крім журналістського фаху, активно займалися суспільно-політичною та фінансовою діяльністю. Враховуючи своє соціальне становище, вони мали доступ як до відкритої, так і до конфіденційної інформації, що гарантувало виданню репутацію надійного джерела.

Успішність та ексклюзивність тижневика забезпечувала суспільна вага їх редакторів, зокрема Дж. Вільсона, В. Беджгота і В. Лейтона, які мали хороші зв'язки в міжнародних політичних і фінансових колах та можливість доступу до надійної інформації. Окрім того, редактори часто вели особисте листування

з провідними державними та фінансовими діячами, підтримували взаємини з дипломатичними працівниками.

Називаючи відомі нині імена співробітників «The Economist-a» та оглядаючи їхні біографії, вирізняємо одну характерну деталь: враховуючи економічну спеціалізацію видання, всі автори мали глибокі знання в галузі політичної економії, ідей вільної торгівлі, фінансів, інвестицій та інших галузей економіки, підтримували ліберальний світогляд. Через багато років в обговоренні особливостей праці журналіста, його функціоналу сформувався образ «універсального журналіста».

Отже, дослідження авторського складу (персоналії, тенденції в доборі) має велике значення для розуміння місця тижневика в системі британської преси XIX ст. Авторський склад позиціонується як фактор впливу на редакційну політику видання, а звідси – і на функціональне призначення та читацьку аудиторію, і, як наслідок, – зміну типу.

2.1.3. Комунікаційні стратегії в умовах сучасності

У нашій праці ми зосереджуємося на часі функціонування тижневика від 1991 р., намагаючись простежити особливості його діяльності на сучасному етапі, а також виокремити корпус публікацій, пов'язаних з аналізом українських суспільно-політичних, економічних, культурних реалій, сформувати своєрідну теку матеріалів тижневика, які були опубліковані в українській пресі від часу незалежності країни, визначити рівень тональності публікацій, ракурс подачі матеріалів тощо. Від тих часів, коли, за влучним висловом Д. Макклоскі, «економіка вклала свою репутацію в руки політиків і журналістів» [348], образ видання ставав чітким і зрозумілим типологічно, публікації – пізнаваними за тематикою, за високим рівнем аналітичності, стилістикою викладу тощо.

Друкований випуск журналу має в середньому 100 сторінок і складається з традиційних розділів (sections) (подано за порядком розташування у випуску):

«World this week» («Світ цього тижня»), до якого входять рубрики «Politics this week» («Політика цього тижня») та «Business this week» («Бізнес цього тижня»); «Leaders» («Редакційні статті»), «Letters to the editor» («Листи до редактора»), «Briefing» («Брифінг»); «United States» («Сполучені Штати»); «The Americas» («Південна та Північна Америки»); «Asia» («Азія»), «China» («Китай»), «Middle East and Africa» («Середній Схід та Африка»), «Europa» («Європа»); «Britain» («Велика Британія»); «International» («Міжнародні події»); «Business» («Бізнес»); «Finance and economist» («Фінанси та економіка»); «Science and technology» («Наука і технології»), «Books and Art» («Книги і мистецтво»); «Economic data, commodities and markets» («Економічні показники, товари та ринки»); «Graphic details» («Графіки»); «Obituary» («Некролог»).

Окрім цих постійних розділів, можуть вводитись й інші, зокрема розділ «Essay» («Есе»), які містять тематичні статті великого обсягу. Зокрема, такий розділ було вміщено у числі від 15 вересня 2018 р. зі статтею, присвяченою 175-річчю «The Economist-a», суть якої втілена у ліді: «Reinventig Liberalism for the 21 century» («Віднаходячи лібералізм для 21 століття»). Есе споряджене також бібліографією основних праць з історії тижневика та ознайомлює з найновішим фундаментальним виданням А. Зевіна «The World according to The Economist» («Світ, яким його бачить «The Economist»), в якому викладена незалежна історія тижневика [431].

Здебільшого рубрики в межах розділів не мають усталених назв, вони скоріше окреслюють загальну тему статті, на відміну від колонок, які редакція називає «колонками думок» (opinion columns). Вони закріплені за певними розділами і кожна розкриває чітко окреслені сфери інтересів. Серед них: «Vagehot» («Беджгот») – колонка в розділі «Британія», названа на честь В. Беджгота, одного з перших редакторів «The Economist-a», який досліджував конституційний процес; «Lexington» («Лексингтон») – за назвою міста, що у штаті Масачусетс, з якого розпочалася війна за незалежність США (1775–1783). У числі від 19 листопада 2019 р. в цій колонці була надрукована стаття про

ветеранів війни в Афганістані і труднощі їх сучасного життя. Рубрика завжди супроводжує розділ «Сполучені Штати».

«Charlemagne» («Карл Великий») – рубрика в розділі «Європа», названа на честь Карла I Великого, короля франків (747–814 рр.), чия держава стала прототипом сучасного Європейського Союзу. «Buttonwood» («Батонвуд») – рубрика розділу «Фінанси», назва якої запозичена з легенди про заснування Волл-стріт як осередку торгівлі. Саме під платановим деревом (buttonwood tree) була підписана перша торговельна угода. Колонка існує лише в он лайн. «Face value» («Номінальна вартість») – рубрика, присвячена видатним особистостям у світі бізнесу. «Economic Focus» («Економічний фокус») – загальноекономічна колонка, часто базована на матеріалах академічних досліджень.

«Certain ideas of Europe» («Європейські ідеї») – блог, створений у 2007 р. і присвячений подіям в Європі, зокрема президентським виборам у Франції, переходу влади у Великобританії, війні між Росією та Грузією та економічному спаду на континенті. На продовження ідеї було створено колонку «Europe.view» та щоденники кореспондентів, через що в 2009 р. блог було закрито. Натомість сьогодні існують блог «Європа» та рубрики «Charlemagne» («Карл Великий») та «Bagehot» («Беджгот»). «Eastern approaches» («Східні підходи») – блог, присвячений екскомуністичним краям Європи. В матеріалах блогу аналізуються питання політики, економіки, безпеки та культури східної половини європейського континенту. «Gulliver» – блог, що має на меті розважати та інформувати ділових мандрівників і допомогти їм максимально використати час в дорозі. «Blighty» («Британія») – блог із політичними, культурними, діловими та науковими коментарями про Британію. Назвою блогу є сленгова назва Британії, яку використовували солдати британської армії під час Першої і Другої світових воєн. «Jonson» («Джонсон») – блог, присвячений мовним питанням, названий на честь відомого лексикографа С. Джонсона (1709–1784).

Кожний випуск відкриває рубрика «The world this week» («Світ цього тижня»), яка своєю чергою поділяється на суспільно-політичну («Politics this

week») та ділову («Business this week») підрубрики. Тут у стислій формі інформаційної замітки подано перелік найважливіших подій, які будуть детально розглянуті в наступних розділах та рубриках. Так, у числі від 9 листопада 2019 р. в політичну підрубрику було винесено 20 подій світового життя, у ділову – 12. Якщо з першої підрубрики на наступних шпальтах розкрито п'ять подій, то з другої – чотири.

Віднедавна розділ доповнила підрубрика «KAL's cartoon», названа за іменем редакційного художника-карикатуриста К. Калагера (Kevin Kallaugh), в якій засобами карикатури художник описує одну з подій. За період співпраці з тижневиком художник створив понад 150 обкладинок, що зробили його відомим і пізнаваним. Доробок митця представлено на його персональному сайті [<https://www.kaltoons.com>]. У числі, яке ми взяли для прикладу описання структури друкованого випуску, художник обігрує зневажливе ставлення президента США Д. Трампа до проблем клімату. Президент зображений у блаженному стрибку над басейном, в якому немає води, а довкола люди із зануреними в пісок головами викрикують застереження учених і природоохоронців.

Редакційні статті (зокрема, у числі від 19 листопада 2019 р. їх п'ять) розкривають найважливіші події, а теми, що в них заторкуються, отримують подальше розгортання в наступних розділах, обсяги яких коливаються від двох до десяти матеріалів у кожному. Жанрово публікації «The Economist-a» належать до статей, однак можуть друкуватися й інтерв'ю, репортажі, рецензії. Останні є характерними для розділу «Книги і мистецтво».

У числі від 9 листопада 2019 р. інтерв'ю з президентом Франції Е. Макроном, в якому той виклав свої думки щодо НАТО, США і майбутнього Європейського Союзу, було вміщено у розділі «Брифінг». Інтерв'ю стало одним із найрезонансніших матеріалів кінця 2019 р. у світовій пресі, зокрема в українській газеті «День» та ін. Причиною стала жорстка критика Макрона на адресу НАТО, що дало підстави «The Economist-у» охарактеризувати його

стиль як «апокаліптичний». Текст інтерв'ю покладено в основу однієї з редакційних статей аналізованого числа.

Загалом у числі від 9 листопада 2019 р. було опубліковано 66 статей (окрім заміток розділу «Світ цього тижня», інтерв'ю і графіків). Відсоткове співвідношення за розділами дає нам уявлення про тематичні пріоритети видання: редакційні статті – 7,5 %, США – 10,6 %, Південна і Північна Америка – 3 %, Азія – 10,6 %, Китай – 4,5 %, Середній Схід – 6 %, Європа – 7,5 %, Велика Британія – 12,1 %, міжнародні справи – 1,5 %, бізнес – 12,1 %, фінанси та економіка – 13,6%, наука і технології – 1,5 %, книги і мистецтво – 5 %, некролог – 1,5 %. Такий формальний аналіз засвідчив, що найбільшими за кількістю опублікованих у ньому матеріалів є розділи «Фінанси та економіка» і «Бізнес», однак їх сумарна частка в загальній сукупності журналістських текстів «The Economist-a» складає лише 25,7 %, тобто лише чверть.

Серед матеріалів політичного блоку лідирує розділ про Велику Британію, що, незважаючи на намагання максимально охопити міжнародний контекст, свідчить про увагу видання до подій у своїй країні. Крім того, як писав Д. Уберті в статті «Як британські ЗМК доносять новини про загальні вибори в Великій Британії», саме «The Economist» виконує важливу місію інформування американської аудиторії про події у Британії на фоні відсутності в американських ЗМІ ґрунтовних знань про британську систему і дуже поверхових уявлень американців про європейські країни. Д. Уберті посилається на результати одного з опитувань 2010 р., яке виявило, що лише 15 % американців знають ім'я британського прем'єра і можуть його правильно вимовити [416].

Окрім основного блоку, «The Economist» постійно публікує тематичні огляди – так звані «Special Reports». Огляди є окремою частиною випуску у вигляді додатку з незалежною пагінацією. Їх проблематика відповідає універсальній тематиці видання, але не перебуває в тісній залежності від новинного порядку денного, що дає змогу глибше розкрити задекларовані теми через низку статей. Здебільшого до таких оглядів входять 6–10 об'єднаних

спільною темою матеріалів. До прикладу, в 2019 р. таких оглядів було 19, зокрема про взаємини поколінь і нові тренди у вихованні дітей; проблеми ісламу на Заході; вплив кліматичних змін на водні ресурси планети та питання їх очищення і збереження; 70-ту річницю НАТО; приватну освіту та її нові форми і фактори впливу (зокрема релігії); реформи, освіту і корупцію в країнах Південної Америки; нові банківські послуги; взаємини США і Китаю; змагання штатів Каліфорнія і Техас та корені їх відмінного бачення майбутнього США; проблеми глобальної міграції; трансформаційні тенденції ринків постачання товарів; Канаду та загрози лібералізму напередодні виборів у цій країні; бідність в Америці та шляхи її подолання; світову економіку (під загальним оптимістичним гаслом «the end of inflation» («кінець інфляції»)); політичну та економічну ситуації в Індії та політику М. Моді; економічні перспективи країн, що їх називають «азійськими тиграми» (Сінгапур, Гонконг, Південна Корея і Тайвань). Перераховані теми засвідчують широту охопленої проблематики і детальне опрацювання контексту. Аналогічний огляд із семи публікацій було присвячено Україні у числі від 7 травня 1994 р.

«The Economist» має також кілька дочірніх журнальних проєктів. «1843 Magazine» – двомісячний журнал, присвячений «лайфстайл-у», який висвітлює тенденції в культурі, дизайні, моді, подорожах, здоровому способі життя (редактор – Р. Блау (Rosie Blau)). Дочірній журнал був заснований у вересні 2007 р. як кварталник під назвою «Intelligent Life». У 2016 р. був перейменований на «1843 Magazine» на честь року заснування «The Economist-a». Повторного оновлення він зазнав у 2019 р., зокрема було змінено логотип журналу і слоган, який відтепер звучав: «Stories of the Extraordinary World» («Історії надзвичайного світу»). Від травня 2020 р. видання виходить лише в цифровому форматі (www.1843magazine.com). Відрізняється стилем викладу. Статті належать до жанру лонгвідів, у центрі яких – «історії людей та явищ, які формують наше життя». Перший випуск за квітень – травень 2019 р. було присвячено «смерті калорій». Редактор Р. Блау охарактеризувала журнал як

провокаційний, суворий, незалежний і розважальний – якості які відображаються у вишуканому стилі та красивому дизайні.

«Thechnoly Quaterly» (TQ) виходить кожні три місяці і присвячений останнім тенденціям та розвитку науки і техніки з акцентом на економічних аспектах упровадження нових технологічних рішень. Тематика включає квантові обчислення, хмарні сховища тощо.

Дочірній аналітичний проєкт «The World in...» був започаткований у 1997 р. У корпусі його публікацій – прогнози щодо розвитку міжнародних подій, аналіз глобальних економічних і політичних тенденцій, особливості функціонування ділової сфери, технологій, культури та мистецтва. Окрім журналістів тижневика (головного редактора, редакторів розділів, керівників бюро та кореспондентів в інших країнах, позаштатних кореспондентів), до написання статей запрошуюють видатних державних та політичних діячів, керівників компаній, експертів у галузях технологій, науки, культури і мистецтва, редакторів інших ЗМК.

Випуски мають сталу структуру, яка повторює структуру поточних чисел тижневика «The Economist». Випуск «Світу 2019» охоплював розділи: «Від редактора», «Головне», «Календар на 2019», «Велика Британія», «Європа», «США», «Північна та Південна Америка», «Азія», «Китай», «Близький Схід», «Африка», «Міжнародні справи», «Відкрите майбутнє: глобальна розмова», «Світ у цифрах», «Бізнес», «Фінанси, наука і технології», «Культура», «Некролог». У ролі оглядачів проявили себе лідер британських лейбористів Дж. Корбін, президентка Нью-Йоркської фондової біржі С. Канніген, засновниця і президентка EMErson Collective Л. П. Джобс, засновник і виконавчий директор Spotify Т. Лютке та ін. Вміщено статті Л. Барбера, головного редактора газети «Financial Times», А. Клута, головного редактора «Handelsblatt Global». Спеціальну рубрику «Відкрите майбутнє» було присвячено розмові про віднайдення лібералізму в XXI ст. Саме в рамках цієї розмови відбулося святкування в 2018 р. 175-ї річниці заснування тижневика. В рубриці вміщено статтю відомого історика і філософа, автора світових

бестселерів «Людина розумна: Історія людства від минулого до майбутнього» Ю. Н. Харрарі, директорки-розпорядниці Міжнародного валютного фонду К. Лагард та акторки і представниці Управління верховного комісара ООН у справах біженців А. Джолі. Всі статті підписано іменами авторів.

У розділі «Світ у цифрах» подано прогнози для 81 країни за показниками: зростання ВВП, інфляція, баланс бюджету, а також для 15 сегментів економіки (бізнес-середовище, автомобільна промисловість, оборонна та аерокосмічна галузі, енергетика, розваги, фінансові послуги, харчова промисловість і сільське господарство, охорона здоров'я, інфраструктура, комп'ютерні технології, медіа, нерухомість, металургія та гірничо-промисловість, роздрібна торгівля, телекомунікації, подорожі та туризм). Щорічник виходить у понад 125 країнах, різними мовами з національними вкладками, які не можуть перевищувати 20 % загального обсягу.

Стрімкий ріст накладу і розширення читацької аудиторії тижневика спостерігаємо в першій половині ХХ ст. Якщо спочатку він складав 1969 примірників, то в 1938 р. – 10000, у 1992 р. – 510178, у 2005 р. – 1 009 759, у 2019 р. – 1 600 000 примірників. У 1938 р. за кордоном продавалася половина накладу тижневика. У 2015 р. Д. Уберті наголошував, що приблизно половина з наявних тоді 1,55 мільйона передплатників проживало в США, а це більше ніж загальний наклад «The Atlantic» або «Esquire» [416].

Зазначимо, що у Великій Британії затребуваний наклад тижневика, за поділом на регіони і даними Б. Еммота [12], становить 158 142 прим., у континентальній Європі – 231 100, в Азії – 117 247, Середньому Сході й Африці – 25 634, в Північній Америці – 523 057 прим. Розпочавшись з обсягу 16 сторінок у 1843 р., нині обсяг тижневика зріс до понад 100 сторінок.

Історично сформованою політичною позицією тижневика є ліберально-правоцентристська парадигма, проголошена в 1955 р. «The Economist» прихильно ставився до представників консерватизму, зокрема Р. Рейгана і М. Тетчер. Під час виборчих кампаній різних років тижневик підтримував таких кандидатів, як: демократ Б. Клінтон (президентські вибори 1992 р.),

республіканця Б. Доула (президентські вибори 1996 р.), консервативну партію Дж. Мейджора на загальних виборах 1997 р., республіканця Дж. Буша на президентських виборах у США 1992 р., республіканця М. Блумберга на посаду мера Нью-Йорка в 2001 р., лейбористську партію Т. Блера на виборах 2001 р., Християнсько-демократичну партію Е. Стойбра на виборах у Німеччині в 2002 р., демократа Дж. Керрі на президентських виборах у США 2004 р. та ін.

Сьогодні «The Economist» підтримує: одруження гей-пар, легальну проституцію, легалізацію таких наркотиків як марихуана, зниження сільськогосподарських субсидій у розвинених країнах, перетворення Великої Британії на республіку, війну 2003 р. в Іраку, імміграцію до західних країн, посилення контролю за продажем зброї у США, вступ Туреччини до Європейського Союзу, освоєння космосу приватними компаніями замість NASA чи ESA, державне регулювання в країнах, де немає розвинутого ринку, освітні ваучери, відміну всіх форм корпоративних податків.

«The Economist» виступав проти смертної кари, 35-годинного робочого тижня, встановлення мінімальної заробітної плати у Великій Британії, економічної політики президента Венесуели У. Чавеса, виборів і політики С. Берлусконі, політики президента Зімбабве Р. Мугабе, Європейської конституції, будь-яких торгів за будь-яких обставин. У числі від 15 вересня 2018 р. «The Economist» опублікував «A Manifesto» («Маніфест про поновлення лібералізму»). Спостерігаючи за глобальною хвилею лівого і правого популізму та породжуваним ним економічним націоналізмом і протекціонізмом, маніфест стверджував, що «лібералізм створив сучасний світ, але світ обертається проти нього».

Відомою є рекламна кампанія «White out of Red» («Біле з червоного»), що була розроблена AMV.BBDO під керівництвом А. Уотсон у 1986 р. У цих рекламних межах позиціонується і бренд «The Economist». За словами менеджера з маркетингу бренду Дж. Кін, «The Economist» – це усталений суспільний інститут, і якщо поглянути на сам продукт і його символ, то одразу помітно, наскільки вони відповідають один одному. Всі атрибути, які наявні в газеті, витримані в дусі маркетингу: сила інтелекту, незалежність, відсутність

догодження та інтернаціональний світогляд» [212, с. 194]. У багатьох рекламних кампаніях тижневика обігрується твердження про те, що читачі «The Economist-a» набагато розумніші за читачів інших пресодруків. Метою реклами було сформувати в аудиторії «The Economist-a» почуття приналежності до своєрідного об'єднання – клубу однодумців та інформувати потенційних читачів, що в цей клуб потрапити нескладно. Незалежно від віку, прибутку і становища, вимога до всіх одна – наявність інтелекту.

Ще одним із способів просування бренду «The Economist» стало проведення конференцій і дебатів. Крім того, книги і щоденники з емблемою «The Economist-a» можна придбати у фірмовому магазині тижневика в Лондоні. Ключовими стратегіями маркетингу і надалі залишаються вулична реклама, прямий маркетинг, реклама в місцях продажу [212, с. 203].

«The Economist Group», що є власником журналу, видає також книжкову серію під назвою «Economist Books», до якої входять традиційні щорічники «The Economist Pocket World in Figures» («Кишеньковий довідник “Світ у цифрах”») та «The Economist Style Guide» («Стилістичний довідник “The Economist-a”») [407], а також широкий вибір літератури з економіки, бізнесу, проектного та фінансового менеджменту, інтелектуальної власності, науково-популярної літератури, що покликана формувати світогляд сучасного лідера.

Крім того, щорічно «The Economist» оприлюднює список найкращих книг року. До прикладу, у числі від 1 грудня 2018 р. в рубриці «Books and arts» («Книги і мистецтво») було подано 38 анотованих описів видань за категоріями «Politics and current affairs» («Політика і поточні справи»), «History» («Історія»), «Business and economics» («Бізнес та економіка»), «Biography and memoir» («Біографія і мемуари»), «Culture» («Культура»), «Fiction» («Художня література»), «Science and technology» («Наука і технології»). Сюди увійшли, зокрема, книги колишнього держсекретаря СА М. Олбрайт про фашизм, історія Америки в 100 картах; книга М. Кенні і Н. Пірса «Shadows of Empire» («Тіні імперії»), в якій досліджується явище «англосфери» – терміна, якого немає в загальному вжитку, але який розглядає ідею впливу братерства англомовних націй на сучасних політиків,

зокрема Черчилля і Тетчер, а також яким він є сьогодні крізь призму ідей Брекзиту; книгу С. Зеппертайна про антисемітський погром у Кишиневі в 1903 р.; книгу колишнього топ-менеджера багатьох компаній К.-Ф. Лі про Китай, Силіконову долину і новий світовий порядок, при якому домінуватиме штучний інтелект; про радикальні ринки та викорінення капіталізму і демократії для справедливого суспільства. Автор пише, що виходом із глухого кута лібералізму є розширення ролі ринків, а не підпорядкування їх, що може сприяти пошуку відповіді на виклики популізму та протекціонізму; біографії Наполеона, В. Черчилля, М. Ганді та інші новинки книжкового ринку.

Маркетингові стратегії тижневика розвивались у руслі загальних тенденцій британської преси. До середини 1930-х рр. дві третини доходу якісних газет надходили від реклами. На ключовій ролі реклами у тривалому існуванні тижневика наголосив Дж. Скот у книзі «Me and We: Memories of Four Editors» («Я і ми: Спогади чотирьох редакторів») [386]. Ваги «The Economist-у», його позиціонуванню в суспільстві надає також його офіційний сайт, що функціонує від 1996 р. (www.economist.com). Загалом цей ресурс є головним джерелом аналізу глобального бізнесу і поточних подій.

Окрім статей поточного випуску, сайт надає доступ до всіх публікацій друкованої версії видання, починаючи від 1997 р. Сайт також пропонує читачам придбати доступ до архіву публікацій попереднього періоду («The Economist Historical Archive»), аж до 1843 р. В архіві забезпечено функції пошуку, що сприяє віднайденню всієї необхідної інформації. Зображення подано у форматі pdf, таким чином читач не лише одержує текст статті, а й бачить верстку сторінки. Сайт пропонує значний обсяг веб-контенту: новини, аналіз, колонки, блоги і мультимедійний комплекс, окрім дебатів і дискусій. Також він надає доступ до дослідницьких інструментів і даних, включаючи вільний доступ до пошукового архіву, а також до аудіоверсії друкованого випуску. Через сайт читачам доступний ресурс «Economist Films», огляд глобальних подій у формі коротких документальних відеофільмів, які поширюються через соціальні та цифрові платформи (має 500 000 передплатників на Youtube).

У жовтні 2009 р. тижневик вперше повідомив своїх читачів, що обмежує доступ до своїх публікацій на сайті. Окрім того, 6 листопада 2014 р. «The Economist» оголосив про започаткування щоденного ресурсу для смартфонів «The Economist Espresso». Редакція задекларувала, що новини потраплятимуть на смартфон за передплатою о 6-й год. ранку і повідомлятимуть про найважливіший порядок денний, «на що варто звернути увагу в бізнесі, фінансах та політиці, а найголовніше – що з цим робити».

Дж. Фугс із «Columbia Journalism Review» у 2015 р. відніс «Economist Espresso», а також «AJ», «Circa», «NYT Now» «Yahoo! News Digest», до першої п'ятірки ТОП-70 найвідоміших новинних додатків (news apps), «які постачають короткий огляд найважливіших новин дня. Замість статей з анекдотичними лідами та привабливими цитатами одіозних персонажів, ці додатки в основу свого підходу поклали факти» [299].

У контексті сучасного етапу функціонування британського тижневика варто наголосити на діяльності його підрозділу «The Economist Intelligence Unit», що належить до найбільших провайдерів у сфері економічної і фінансової інформації для транснаціональних корпорацій, фінансових інституцій, урядів, бізнес-шкіл, експортерів, імпортерів. Саме цей підрозділ забезпечує об'єктивний і системний аналіз та прогнози щодо розвитку політичного, економічного і бізнесового середовища у більш як 180 країнах світу. Заснований 1946 р. в Лондоні, «The Economist Intelligence Unit» має нині мережу офісів у Лондоні, Нью-Йорку, Гонконгу, Відні, Сінгапурі і Токіо. Те, що у складі редакції вже багато років діє власна аналітико-дослідницька служба, дало деяким науковцям привід характеризувати часопис як «гібрид газети і секретної служби» [7, с. 66]. Саме так означив часопис С. Беглов, характеризуючи особливості змістового наповнення британського тижневика.

Послуги «The Economist Intelligence Unit» спрямовані на аудиторію менеджерів найвищого рівня, а також осіб, що відповідають за міжнародні операції. Як зазначається на сайті (<https://www.eiu.com/n/>) підрозділу, клієнти використовують отримані дані для «моніторингу економічного та

геополітичного розвитку, забезпечуючи цілісне уявлення для порівняння результатів діяльності та кон'юнктури ринку; прогнозів майбутніх макроподій через розуміння, як це може впливати на оцінку активів та інвестиційну привабливість; вимірювання ризиків через передбачення потенційних викликів економікам та їх вплив на систему постачання, зарубіжні операції, ціни на товари та ринки; визначення стратегії виходу на ринок і вивчення можливості для бізнесу, що дасть можливість приймати обґрунтовані ділові рішення.

Дослідження базуються на регулярних контрибуціях із глобальної мережі більш ніж 500 інформаторів. Згодом регіональні експерти здійснюють перевірку на точність, послідовність та неупередженість. Потім це редагують у загальний формат, додавши об'єктивну оцінку політичної та економічної перспективи кожної країни і точну оцінку напрямів розвитку промисловості та бізнесу. Так забезпечують письмовими аналізами форуми високого міжнародного рівня, рядові круглі столи і конференції з ключових питань бізнесу, політики і економіки.

Відзначимо важливість поняття об'єктивності у практиці тижневика, що тісно пов'язане із трактуванням понять правди і пропаганди. На конференції «M100 Sanssouci Colloquium», що відбулася в німецькому Потсдамі з нагоди сімдесятиріччя Потсдамської угоди, журналістка «The Economist-a» Е. МакЕлвой відреагувала на виступ Н. Педжича, головного редактора «Радіо Вільна Європа/Радіо Свобода», який емоційно зазначив, що потрібно «пропагувати правду з тією ж агресивністю, з якою пропагандисти просувають свою брехню». Журналістка британського тижневика зачепила проблему об'єктивності, відповівши: «Ми маємо боротися з пропагандою, але мене насторожує слово «агресивно» [59].

Ми ж вважаємо, що поняття «об'єктивність» у цьому випадку варто замінити терміном «інформаційний баланс», яким, наприклад, його бачить науковець М. Житарюк у своїй праці «Соціокультурна модель журналістики». Автор вважає, що справжній, не вдаваний, баланс інформації можливий за умов: багатовекторності комунікаційних процесів; дотримання учасниками

комунікативного процесу певного етичного конфігуратора; відсутності позицій «обвинувач» – «обвинувачений» [99, с. 73]. При цьому варто наголосити також на ще одній думці вченого, яка стосується поняття «агресивність», використаної британською журналісткою: «неадекватна (заслабка, непрофесійна) реакція на звинувачення рівнозначна відсутності будь-якої реакції. Навіть найбільш кваліфіковане виправдання, по-перше, дає змогу розуміти і трактувати виправдувальну дію як визнання провини; по-друге, як правило, мало коли буває почуте, оскільки є вторинною інформацією, ніби інформаційним супроводом основної інформації (часто компромату), яку вже почули, зафіксували, на яку оперлися» [99, с. 73].

Отже, на авторитет «The Economist-а» впливає точність і надійність опублікованої інформації. Заступник головного редактора газети «Kyiv Post» К. Горчинська розповіла про свої спостереження за роботою журналістів «The Economist-а». Передовсім вона відзначила, що журналісти спираються на значну кількість джерел, «не перестають працювати, на заходах ходять від однієї особи до іншої», постійно нотуючи почуте. Відтак вони опрацьовують усю набуту інформацію і «компілюють в історію, в те, що ми називаємо суб'єктивною журналістикою. Вони подають свою точку зору, але вона поінформована, а не просто будь-які відсебеньки зі слабким фактажем» [57]. В іншому матеріалі К. Горчинська зазначила, що в «The Economist-i», виданні, яке традиційно публікує всі матеріали без зазначення авторства, чимало суб'єктивних колонок, однак точка зору в них завжди обґрунтована і, що важливо, «не може бути висмоктана з пальця або залежати від настрою, в якому автор писав текст» [134].

Надійність матеріалів тижневика, а з ним і «New Yorker-а», «New York Times», «Time», у контексті сьогоденної інформаційної наповненості, відзначала С. Жанг у матеріалі «That's incredible» («Це неймовірно»), опублікованому в «Columbia Journalism Review» 1 травня 2013 р. [432]. Експериментуючи з пошуком інтернет-джерел інформації, авторка натрапила на новинний сайт сатиричної спілки «The Onion» («Цибуля») і була вражена тим, наскільки вміло такі технології маніпулюють людською довірою. Разом із

тим існує чимало новинних ресурсів із неправдивою інформацією, які становлять реальну загрозу суспільству. Подальші роздуми утвердили авторку в думці, що «ненадійність таких джерел змушує мене бути вірною тим джерелам, про які я знаю, що їм можна довіряти, таким як «The Economist», «New Yorker», «New York Times», «Time». Ці джерела за багато років набули репутації надійних і, як результат, я впевнена, що вони повідомляють правду. Я більше дбаю про правдивість новини, аніж про ціну, яку я маю заплатити» [432].

Сьогодні «The Economist» – це не тільки журнал, а й цифровий медіаресурс, який успішно розвивається. Дослідниця Інституту Ройтерз із вивчення журналістики Л. Куенг (Lucy Kueng) серед причин успішності цифрових медіа виділила такі: упевненість та унікальність задуму, недвозначний стратегічний фокус, ефективне управління, процифрова культура, глибока інтеграція технологій та журналістики, незалежність (автономність від материнської компанії), вчасний початок. Свій дослідницький проєкт дослідниця зосередила лише на п'ятьох цифрових медіа («New York Times», «The Guardian» «BuzzFeed», «Vice», «Quartz»), однак висновки, зроблені на підставі низки інтерв'ю з експертами, зокрема Т. Стендеджем – заступником головного редактора «The Economist-a», поширюються і на досліджуване нами видання [337]. Так, Л. Куенг описує цифрове видання «Quartz» як початково мобільного провайдера цифрових новин, розрахованого на елітну аудиторію та створеного, «аби стати тим, якби виглядав «The Economist», якби був започаткований у 2012 році» [337].

«The Economist» подолав рамки ділового видання, вийшовши на значно ширший рівень проблемного і тематичного узагальнення. Поєднання рис ділового видання та універсального журналу новин привело до того, що він став моделлю для українських видань різних типів. Для журналу «Український тиждень» він став взірцем у частині висвітлення суспільно-політичної та частково економічної, для ділових журналів – взірцем фінансово-економічної частини.

2.2. Журнал новин: типологічні характеристики

Заснування тижневика «The Economist» було викликане необхідністю задоволення реальних потреб учасників торговельно-виробничого процесу, що розгортався в Британській імперії всередині XIX ст. На той час фінансова преса вже пройшла основні етапи становлення, що зазвичай супроводжуються значними організаційними проблемами, створивши необхідні передумови і міцну базу для існування видання такого типу. На думку В. Парсонса, «газети поступово зміщувалися від значення медіума економічної інформації до ролі форуму для економічних дебатів» [369, с. 17].

Зазначимо, що особливий тип тижневика, його роль і місце необхідно розглядати в контексті позиціонування економічної преси загалом на тлі, за влучним висловом П. Бергера, економічної культури суспільства [256, с. 7–8]. Аналізуючи типоформувальні й типологічні чинники «The Economist-a», організацію його змісту, В. Парсонс найменував тижневик «досконалим продуктом нової економічної журналістики».

Чимало дослідників намагалися вести мову про тижневик як про газетне видання. Однак розгляд «The Economist-a» як газети не підтвердив цього ні за його основними типологічними, ні за типоформувальними ознаками. Щоб зрозуміти цю алогічну колізію, варто звернутися до початків заснування пресодруку, коли внаслідок низки причин його було юридично зареєстровано як газету. Певні роз'яснення з цього приводу подано в передмові Б. Еммота до видання «The Routledge Handbook of Magazine Research: The Future of the Magazine Form» («Підручник з досліджень журналів: майбутнє форм журналів») [295]. Автор зазначав, що особливо наполягав на приналежності «The Economist-a» до газетного типу видання Дж. Кроуфер, редактор тижневика у 1938–1956 pp. На тлі конкурентної боротьби з двома хоч і недавно заснованими, однак дуже популярними виданнями «Time» (1923 –) та «Newsweek» (1933 –) Дж. Кроуфер намагався добитися того, щоб «The

Economist» асоціювався з важливими характеристиками, які на той час були притаманні газетам, зокрема серйозністю, надійністю та аналітичністю. Журнали натомість вважалися уособленням легковажності й декоративності, тобто тим пресовим типом, який повинен був лише розважати аудиторію, пропонуючи їй «легке читання». Саме тому є зрозумілим прагнення редактора Дж. Кроуфера в отриманні для тижневика статусу газетного видання.

Загалом, незважаючи на дискусивний дискурс, що відбувся навколо визначення типу видання, нині «The Economist» позиціонується винятково як журнал новин. Щоправда, в низці медіадосліджень науковців відбулося певне розгалуження щодо встановлення типологічної приналежності «The Economist-a». З одного боку, дослідники зараховують його до ділових видань, з іншого – підтримують визначення його як журналу новин.

На позначення видань типу тижневика «The Economist», які формують економічний і бізнесовий «репортаж» на свої сторінках, а також публікують суто фінансові матеріали, В. Парсонс застосовує термін «фінансова преса» [369, с. 3]. Такий термін, на нашу думку, не дає вичерпного розуміння типу видання, обмежуючи характеристику його змістового наповнення. Поняття «фінансова преса» не дає можливості враховувати основний тематичний напрям «The Economist-a», визначений у самій його назві.

Спираючись передовсім на тематику видання, відзначимо, наприклад, думку вченого О. Мелещенка, який зараховує журнал до «політико-економічних та наукових» [157, с. 158]. А от, наприклад, в «Dictionary of Nineteenth-century Journalism in Great Britain and Ireland» («Словник журналістики XIX ст. у Великій Британії та Ірландії»), над яким працювали Л. Брейк і М. Демур, чітко вказано приналежність тижневика до економічних журналів (journals) [272]. На нашу думку, визначення О. Мелещенка щодо «політико-економічного та наукового» типу журналів небезпідставне. Адже з огляду на проблемно-тематичні особливості його змісту видання «розкриває світ» саме за цими змістовими напрямками: політика, економіка, наука.

Сьогодні «The Economist» репрезентує себе як «журнал новин». Зазначимо, що теоретичне опрацювання цього поняття зовсім незначне. За чітким визначенням словника «Merriam-Webster», журнал новин це – «зазвичай щотижневий журнал, присвячений головним чином узагальненню та аналізу новин». Саме узагальнення й аналіз новин, вважаємо, є першочерговим і найголовнішим аспектом у функціоналі британського тижневика.

В. Парсонс зазначав, що пресодруки «не лише продають (одержують прибуток) інформацію, яка змушує колеса економіки обертатися, але, роблячи це, вони також постачають і підсилюють цінності та ідеї, мову і культуру, що підтримує існування ринкової економіки» [369, с. 2]. Його думку можна застосувати до преси, яка позначається поняттям «ділова». У зарубіжному пресознавстві до бізнес-преси зараховують лише окремий сегмент того, що ми називаємо «діловою пресою». Дослідниця цього журналістського продукту, авторка монографії «Ділова преса України» (Суми, 2019) Л. Дудченко сформулювала важливу, на нашу думку, детермінанту: «Ділові видання – якісний сегмент мас-медіа. Їх соціокомунікативна сутність полягає в інформаційному обслуговуванні розгалуженої та складної системи бізнес-комунікації. Тематична палітра контенту бізнес-медіа виходить далеко за межі фінансово-економічної, підприємницької та господарської проблематики й торкається будь-якої інформації, що здатна, впливаючи на цільову аудиторію, сприяти її успішній бізнес-діяльності» [90, с. 20].

На наше переконання, терміни «журнал новин» та «ділове видання» можуть співіснувати як взаємопоглинальні через відмінність однієї з головних типологічних характеристик. Для журналу новин пріоритетною характеристикою є характер інформації, для ділового – соціально-функціональне призначення. Характер інформації диктує визначальну відмінність між іншою групою якісних інформаційно-аналітичних тижневиків суспільно-політичного спрямування (наприклад, українські видання «Дзеркало тижня», «Кореспондент»), з якими в ділових виданнях майже співпадає читацька адреса. За аналітико-синтетичним опрацюванням інформації це, як

правило, інформаційні (видання узагальнених або ж систематизованих відомостей щодо опублікованих чи неопублікованих первинних даних), та оглядові (матеріали, де відображаються підсумки аналізу та узагальнення відомостей з різних джерел), як зафіксовано в ДСТУ 3017:2015 «Видання. Основні види. Терміни та визначення понять» [41].

Зосереджуючись усе ж на терміні «журнал новин», зазначимо, що «інформація дешева і її все більше. Бракує її розуміння, і це саме те, чого найбільше потребують читачі, в яких мало часу і низька концентрація уваги, і за що готові платити гроші» [295]. Саме так визначав потрібність пресодруку, що виокремлює потрібну (в нашому випадку – спеціалізовану) інформацію, тобто ту, якої вимагає зацікавлений читач, Б. Еммот у згаданій передмові до видання «The Routledge Handbook of Magazine Research: The Future of the Magazine Form» («Підручник з досліджень журналів: майбутнє форм журналів»). За його визначенням, класичною в журналах була і залишається роль журналіста – надійного посередника, добросовісного збирача, опрацьовувача та інтерпретатора спеціальної інформації. Автор зовсім не заперечував і того факту, що журналіст-газетяр також може виокремлювати спеціалізовану інформацію (у нашому випадку – економічну). Однак функції щоденної газети надто розгалужені, впорядкування до друку оперативної інформації вимагає значних часових затрат, «але часу обмаль». Дійсно, при цьому страждатиме передовсім аналітична складова змісту, яка може бути поверховою, не глибокою, недостовірною або й зовсім відсутньою, і, за Б. Еммотом, «сирою», тобто такою, яка нічим не відрізнятиметься від неопрацьованої інформації. На ринку спеціалізованої преси «The Economist» вирізняється глибоким аналітичним поданням «головних проблем ринкового господарства, як в окремих країнах і регіонах, так і в усьому світі».

Наведемо одне з важливих висловлювань М. Тангейта про британський тижневик, яке дає нам розуміння сприйняття його типу в британському середовищі: «Хоча складається враження, що «The Economist» – видання для доволі вузького кола, фактично воно є на диво приємним читивом, з плавно

побудованими реченнями та іронічним підтекстом. Напевне, найдивніший аспект його маркетингу – те, що він намагається переконати свого читача в дотепності і доступності, намагаючись при цьому зберегти свою клубну елітарність» [212, с. 195).

Дійсно, традиційно тижневик називають «якісним» або «елітним» виданням. Основні характеристики цієї категорії видань подано у праці американського дослідника журналістики Дж. К. Мерріла «The Elite Press» («Елітна преса») [358]. Визначальними для цієї групи прикметами автор вважає чітку редакційну позицію, акцент на коментовану подачу матеріалу; повне охоплення світових подій; відсутність сенсаційності в матеріалах і верстанні; велику увагу до питань політики, міжнародних відносин, економіки, соціального розвитку, культури, освіти, науки; стабільність, фінансову незалежність, неупередженість, бездоганну мову і редагування; прагнення служити інтересам освіченої інтелектуальної аудиторії, намагання апелювати до лідерів усіх країн і впливати на їхню думку [358, с. 11]. Саме ці риси забезпечили «The Economist-у» високий тираж і авторитет серед читачів.

Чимало свідчень представників читацької аудиторії вказують на елітарність британського тижневика. Наприклад, важливою характеристикою цього є, зокрема, такий аспект, який заторкнув у своєму інтерв'ю не названий на ім'я співзасновник інтернет-видання «The Browser», досвідчений журналіст «The Economist-a», «The Financial Times», «The Independent», що працював кореспондентом у Гонконгу, Токіо, Парижі, Брюсселі та Москві, – він наголосив, що вважає «The Economist» своєрідним довідником з правопису («Style Guide») і найкращою книжкою про газетярство: «Основне завдання правопису – утверджувати слово в його ідеальному вигляді, такому, який схвалив би редактор. Адже писане слово всуціль підпорядковується правилам – таким складним, що автору годі їх усі вивчити і тим паче їх дотримуватись. Отут у дію і вступає редактор, чие завдання – знайти і виправити помилку» [230]. Таким чином, до характеристик елітної преси від Дж. К. Мерріла долучаємо ще одну важливу деталь – вишуканий, бездоганний мовний стиль

публікацій, високу грамотність, притаманну повною мірою «The Economist-у». Професор лондонської школи економіки Ч. Беккет зазначав, що «прямий стиль «The Economist-а» контрастує зі стилем британської таблоїдної преси» [416].

Чіткий, лаконічний стиль і мова тижневика регламентовані правилами, узагальненими у «The Economist Style Guide» («Путівнику зі стилю написання текстів») [407]. Вперше збірник було опубліковано в 1991 р., відтоді він витримав 12 редакцій, остання побачила світ у 2018 р. Цифрова версія видання оновлюється кожні шість місяців. В путівнику викладено основні вимоги і поради, складені під впливом шести правил відомого письменника Дж. Оруелла (1903–1950), сформульованих у книзі «Politics and the English Language» («Політика і англійська мова») (1946): «1) ніколи не використовуйте метафор, порівнянь чи мовних фігур, які ви звикли бачити в інших друкованих джерелах; 2) ніколи не використовуйте довге слово там, де можна використати коротке; 3) якщо можна викинути слово, завжди викиньте його; 4) ніколи не використовуйте пасивного стану там, де можна використати активний; 5) ніколи не застосовуйте іншомовну фразу, науковий термін або жаргон, якщо можна вжити щоденний англійський еквівалент; 6) будьте готові зламати будь-яке з цих правил, аніж сказати щось негідне». Окрім Дж. Оруелла, мовними авторитетами для редакції й особами, цитованими в путівнику, є: В. Черчілль (1874–1965), французький мислитель Вольтер (1694–1778), англійський клірик XIX ст. С. Сміт (Sydney Smith (1771–1845), американський редактор А. Брізбейн (Arthur Brisbane), американський журналіст Г. Гезліт (Henry Hazlitt) (1894–1993).

Структура довідника включає розділи, присвячені використанню метафор, коротких слів, зайвих слів, активного і пасивного стану, жаргонів, вибору тональності викладу, журналістського сленгу, американізмів, дотримання синтаксичних вимог. Крім того, чітко регулюється використання великих літер (зокрема для назв посад, організацій, локацій, політичних термінів, історичних подій, торговельних марок, євротермінів), скорочень, аналізу найчастіших помилок у використанні слів, цифр та чисел, написання титулів, використання

однини чи множини, пунктуації, курсивів та виділень у тексті, дефісів, правильного написання слів разом і окремо, правильній вимові (назв тварин, рослин, країн і мешканців, етнічних груп, іншомовних назв, людей, локацій).

Як зазначав В. Парсонс із посиланням на редактора В. Беджгота, тижневик був свого часу «great producer» для середнього класу, що якраз розвивався і потребував підтримки преси передовсім як джерела знань. Важливість фахових дій перших редакторів «The Economist-а» Дж. Вільсона і В. Беджгота полягала «не стільки в їх репутації як економічних теоретиків, як у тому, що вони віднайшли стиль чи метод економічного коментарю, що був прагматично інтелектуальним» [369], а отже, впливав на розвиток своєї аудиторії не лише інформуючи, а й скеровуючи, пояснюючи, формуючи її професійний світогляд.

Повертаючись до інших типологічних і типоформувальних ознак, наголосимо, що функціональне призначення як мірило для визначення типу періодичного видання є загальноновизнаним у сучасній науці про типологію. Зазначимо, що за час свого існування кожен пресодрук зазнає певних змістових, тематичних, жанрових та інших модифікацій, що все-таки позначається на сформованому типі видання. Окрім коригування змістової складової, у випадку з «The Economist-ом» змінилися і підходи до журналістського викладу матеріалу. Загалом, «The Economist» започатковувався як спеціалізоване періодичне видання економічного напрямку (про це ведемо мову в першому підрозділі цього розділу). К. Кітч у науковій праці «Theory and Methods of Analysis. Models for Understanding Magazines» («Теорія та методи аналізу. Моделі для розуміння журналів»), вміщеній у «The Routledge Handbook of Magazine Research: The Future of the Magazine Form» («Підручник з досліджень журналів: майбутнє журнальних форм»), наголошувала, що більшість дослідників говорять про те, що журнали є «прескриптивними, так само як і дескриптивними: вони передають повідомлення не лише про те, яким є суспільство, а також повідомляють певним чином, яким воно мало би бути, формуючи ідеали, до яких читач має прагнути» [333].

Якщо стежити за позицією В. Парсонса щодо спеціалізованої – економічної – преси, то пресодрук варто розцінювати як одного із гравців на ринку з продажу економічних ідей і цінностей, рівно ж як і чистої економічної інформації [369, с. 8]. На нерозривному зв'язку між пресою і ціновою системою, а також на їх спільній залежності з політичною системою наголошував В. Парсонс, пояснюючи це тим, що «економічні і фінансові коментарі та новини забезпечують контекст і порядок денний, в межах яких політичні та соціальні події впливають і підтримують зв'язок з діловим співтовариством» [369, с. 3].

У контексті цього твердження звернемо увагу на сучасне окреслення важливих проблемно-тематичних напрямів економічних видань, що найретельніше відстежуються європейською пресою. Розробивши на основі матеріалів семінару, що відбувся в жовтні 1996 р. у Києві, навчальний модуль на тему «Економічна журналістика: новації західної преси» [44], Ж.-П. Водон визначив такі базові проблеми, які повинна обговорювати сучасна економічна журналістика: «глобалізація міжнародної економіки; взаємопроникнення національних економічних інтересів різних країн, збільшення опосередкованої економічної взаємозалежності сучасних держав; монетарна політика країн Великої Сімки та великих геополітичних регіонів; динаміка світової комерції (на регіональному та міждержавному рівні); великі ринки сировини; розвиток міжнародного ринку енергії; інвестиції та заощадження; макроекономіка на національному рівні: бюджетна й податкова політика держав світу; мікроекономіка: оригінальний досвід конкретних підприємств і концернів, виробничих груп; процеси приватизації й націоналізації в різних країнах світу; захист інтересів споживачів; конфлікт екології й виробництва» [44, с. 9].

Беручи до уваги основні зауваги до змісту економічного видання, які накреслив ще 1843 р. перший редактор «The Economist-a», можемо сказати, що ідеї Дж. Вільсона стали основою сучасної економічної журналістики. Глобалізація (розширення до світових меж) сучасних економічних процесів, яку позначив у першому пункті Ж.-П. Водон, здебільшого є найчастішим

об'єктом усвідомлення та аналізу французької преси. Спеціалізована щоденна преса («Les Echos» і «La Tribune») практикує постійну рубрику «Глобалізація економіки»[44, с. 10].

Тематика видання сьогодні виходить поза за межі фінансово-економічного журналу, охоплюючи при цьому всі суспільні важливі сфери. У статті К. Брейнарда «Temperate Coverage of Extreme Weather» («Помірне зображення екстремальної погоди») глибину розкриття проблематики клімату автор ставить на один рівень зі спеціалізованим «New Scientist», при цьому називаючи їх «найкращими». Те ж стосується і культурної журналістики, яка також демонструє високий рівень [270].

В. Парсонс наголошував на тому, що «розвиток економічної преси та цінової системи є нерозривно пов'язані один з одним і з політичною системою, оскільки економічні та фінансові коментарі і новини забезпечують порядок денний, в рамках якого політичні і соціальні події впливають на комунікацію з бізнес-спільнотою» [369, с. 3]. Регулятивна функція економічної преси загалом, а в цьому випадку й «The Economist-а», доволі випукла, оскільки саме цей тип преси слугує вирішальним посередником між ціною і політичною системою, впливає на них, дає змогу вмотивованій аудиторії визначати основні параметри панівної думки. «Бізнес-газети є також наслідком, місцями, де взаємодія між економічною думкою і суспільною думкою (economic thought and opinion) є найочевиднішою» [369, с. 3].

У цьому контексті важливо вказати на ще одну важливу функцію, притаманну загалом усій пресі, – її опінієтворчість. Загалом, стежачи за думкою М. Житарюка, опінієтворчість – це «реальний вплив на окремих політиків, бізнесменів, митців, на представників національних еліт, псевдо-, контр- та інших еліт, а з їхньою допомогою – й на політичну ситуацію; це стимул корекції внутрішньої і зовнішньої політики. Видання з такими рисами можна навіть назвати своєрідними світлофорами-регулювальниками із вказівними табличками». При цьому вчений наголошував саме на «західній опінієтворчості», якій притаманна низка важливих ознак. «Це і грамотна

маркетингова політика, яка передбачає вихід газети одразу в кількох країнах, і оперативне розповсюдження в десятках держав, і гнучкі знижки передплатних і роздрібних послуг з метою культурної, політичної, економічної експансії, наприклад, у тих країнах, які є потенційним ринком збуту для такого цінного товару як газета» [99, с. 104]. Спираючись на це узагальнення, зазначимо, що саме ця, за автором, «західна опінієтворчість», яскраво проявилася в редакційних практиках британського тижневика, розкривши йому потужні можливості нарощувати присутність у світовому інформаційному просторі.

Проблемно-тематичне спрямування змісту «The Economist-a», його дискурсивні практики сприяли формуванню читацької аудиторії, яка мала свої, як і сам тижневик, спеціалізовані інтереси. За визначенням Д. Абрагамсона, «особливістю журналів (на відміну від інших видів медіа) є гомогенність їх аудиторії: це готові соціальні групи, скупчення людей, об'єднаних спільними інтересами і світоглядом» [238].

Висновки до розділу 2

Вивчення функціональних і типологічних характеристик «The Economist-a» як періодичного видання було зумовлене необхідністю врахування всіх трансформацій, яких зазнало змістове та функціональне наповнення в історичній ретроспективі від початкового етапу зародження його як спеціалізованого економічного видання. Індивідуальній ініціативі його засновника Дж. Вільсона, фінансиста, в минулому – промисловця, представника Манчестерської школи лібералізму та високопосадовця часів Вікторіанської Англії, вдалося успішно реалізуватися й утвердитися завдяки високій суспільній затребуваності в надійній фінансово-економічній ситуації, що виникла на тлі суспільно-політичної необхідності і вчасній підтримці визначних діячів того часу, рівно ж як і відданості та глибокій вірі в

задекларовані цілі. В цьому контексті варто відзначити й незмінну відданість ліберальній ідеології та принципам вільної торгівлі, яка сьогодні проявляється в максимальній підтримці прав особи, що часто створює дискусійне поле навколо традиційних цінностей і уявлень.

Заснування тижневика «The Economist» було розглянуто в контексті пошуку моделі спеціалізованого економічного видання як однієї з форм передачі економічних ідей ще від XVII ст., пошук яких тривав упродовж століть і продовжується сьогодні з урахуванням конкретних суспільно-політичних обставин та національних особливостей, що ілюструє український приклад пошуку ефективної моделі видання, яка в українському медіапросторі отримала стійке означення як «ділове».

Водночас було розглянуто інші фактори впливу на характеристики видання, зокрема модифікації журнальної форми, рівно ж як і суспільне ставлення до неї. Зокрема, з'ясовано причини тривалої в часі, здавалося б, нерозв'язної, проблеми невідповідності категорії «газета», затвердженої при реєстрації видання, й очевидної об'єктивної приналежності до категорії «журналу новин», що крилося в іміджевій складовій трансформованих понять.

Під час дослідження виявилось чимало відмінностей у підходах до визначення типу видання. В зарубіжному журналістикознавстві «The Economist» тривалий час розглядався як фінансово-економічне видання (В. Парсонс, Е. Арресе). Саме видання ідентифікує себе як «журнал новин», що означає пріоритет характеру інформації над функціональним призначенням, яке домінує в українському журналістикознавстві над іншими усталеними типоформувальними ознаками.

У порівнянні з початковим предметом відображення (економіка, фінанси, аналіз законодавчих ініціатив британського парламенту крізь призму ліберальної ідеології) нині в «The Economist-i» обговорюється широке коло питань міжнародного політичного життя, економіки, фінансів, енергетичної безпеки, науки і технологій, культури, мистецтва, літератури тощо. Незважаючи на те, що загалом спрямованість на конкретну цільову аудиторію –

політичну, економічну, фінансову еліту – збережено, однак у зв'язку з виходом видання на глобальний медіаринок, а також із розширенням тематики читацька аудиторія значно збільшилася за рахунок середнього й вищого класу сучасного суспільства.

Щодо характеру інформації, то підтверджено переважання аналітичного компонента змісту над інформаційним. При цьому варто вказати на чітку підпорядкованість контенту поточному порядку денному. В композиції видання цей аспект упереджено в розгортання теми – від короткого повідомлення в новинному блоці до матеріалів у рубриках (одній або кількох).

Наголошено на значному розширенні можливостей аналітичного опрацювання поточних новин завдяки запуску інтернет-платформи, а також блогів, на які припадає частка матеріалів, що не входять до друкованої версії видання. Відзначено ефективність маркетингової стратегії та супутньої діяльності (видання тематичних серій книг, проведення конференцій, дебатів, рекламних кампаній), які дають тижневику змогу впродовж тривалого часу розвиватися і підтримувати фінансову стабільність.

Окремо варто вказати на діяльність дослідницького підрозділу «The Economist-a» – «The Economist Intelligence Unit», який забезпечує збір і публікування значного масиву фінансової, економічної, статистичної інформації, що охоплює всі країни світу і таким чином забезпечує новинний потік інформаційними приводами. Цю тезу підтверджує активне використання показників, рейтингів та індексів від EIU українськими ЗМК.

Основна особливість, яка не дозволяє беззастережно вкласти «The Economist» у чіткий шаблон фінансово-економічного, або ж «ділового» видання, – це такий же, рівний за обсягом у всьому друкованому номері, політичний блок та потужна політична аналітика і прогнозистика. Можемо констатувати, що «The Economist» подолав рамки фінансово-економічного («ділового») видання, розширивши порівняно з початковим етапом рівень проблемного і тематичного узагальнення, відмовившись від вузької спеціалізації і скерувавши зусилля на глобальний контент та політичну й

економічну прогнозику. Тому коректним вважаємо віднесення «The Economist-a» до такого типу видань, який враховував би його подвійну політико-економічну суть, що зумовлено чіткою взаємозалежністю між політичною та економічною площинами.

Систематизувавши основні чинники, що впливають на зарахування періодичних видань до типу «журналу новин», вважаємо визначальними періодичність, зв'язок з актуальним порядком денним, відсутність тематичних обмежень, відбір новин на підставі їх значущості для суспільства, обов'язкова наявність аналітичного компонента, доступність викладу, журналістський підхід до висвітлення подій, наявність ілюстративного та графічного супроводу публікацій.

РОЗДІЛ 3

«THE ECONOMIST» В УКРАЇНСЬКОМУ МЕДІЙНОМУ СЕРЕДОВИЩІ

3.1. «The Economist» в українському соціумі: комунікаційний аспект

Початок незалежності нашої країни став початком підвищеної зацікавленості українського суспільства всім зарубіжним, що проникало на наші терени. Пострадянський простір викликав великий інтерес у світі європейських та американських масмедіа. В українських газетах та журналах почали друкуватися реальні, не спотворені ідеологічними смислами, огляди зарубіжної преси; журналісти українських засобів масової комунікації стали покликатися (спиратися) на факти та оцінки зарубіжних видань. Особливо успішні українські журналісти почали співпрацювати із зарубіжними пресодруками, радіо, телебаченням тощо. Отже, до картини світу українців почали долучатися маловідомі або й зовсім не відомі їм назви засобів масової комунікації зарубіжжя.

З роками ця інтеграція посилювалася і майже через три десятиріччя ми спостерігаємо, що перегляд зарубіжних масмедіа став невід'ємною ознакою життя багатьох українців, незалежно від їх суспільного становища. Це твердження стосується не лише розважальних пресодруків («Vogue», «Cosmopolitan»), а й таких авторитетних видань як «The Economist», що належить, за визначенням пресознавців, до типу «якісна преса» (про це докладніше – далі в розділі). Маємо на увазі не тільки передплату цього тижневика, яку здійснюють окремі українські громадяни, установи, експертні інституції, урядові організації (зокрема, офіс Президента України). Інформаційно-комунікаційна модель британського тижневика приваблює українських масмедійних фахівців своєю журналістською досконалістю, що сприяє зростанню його популярності не тільки у Великій Британії, а й далеко за

її межами, а також слугує взірцем для наслідування. Зміст тижневика постійно моніторять журналісти інших країн, зокрема й України, для залучення його публікацій до корпусу текстів своїх пресодруків.

«The Economist» став надійним джерелом поширення ґрунтовно висвітленої міжнародної інформації. В інтерв'ю співробітників ресурсу «MediaSapience» з Є. Глібовицьким (експерт з комунікацій та стратегій, засновник компанії pro.mova) Н. Гуменюк (міжнародна журналістка) та Р. Кульчинським (головний редактор TEXTY.org.ua) відзначено, що чільне місце серед зарубіжних масмедіа задля одержання адекватної інформації про міжнародну подієвість посідає саме «The Economist» [85]. Журналістка О. Горчинська назвала «справою доброго смаку» намагання українських журналістів постійно знайомитися зі змістом зарубіжних пресодруків («The Economist», «The New York Times» тощо): «це вже добре, значить, ви в тренді і слідкуєте за світовими новинами з перших сторінок найкращих газет» [57].

Хоча назва «The Economist» і несе вузьке семантичне навантаження, яке породжує певні упередження щодо його змісту, матеріали тижневика, охоплюючи якнайширше тематичне поле, є потужно представленими в українському інформаційному просторі. Саме тому в цьому підрозділі ми акцентуємо увагу на основних особливостях запровадження «The Economist-a» до інформаційного простору України. Привабливість британського тижневика для наслідування постійно підживлювалася його високим авторитетом як аналітичного, прибутковостю, стійкістю до технологічних викликів сьогодення, чутливістю до аудиторних вимог, демонстрацією ефективної інтеграції в інтернет-середовище та соціальні мережі, результативністю маркетингових стратегій. Так, наприклад, редакція американського журналу «Newsweek», взіруючись «The Economist», прийняла рішення переорієнтуватися на аналітичну подачу інформації, прагнучи заощаджувати на дорогівартісному зборі новин і штатних працівниках [366].

На порубіжжі ХХ–ХХІ ст. тижневик став одним із чільних масмедіа світового масштабу (про це йшлося в розділі 2). Значно розширивши предмет

журналістського відтворення, видання поступово перейшло до категорії «журнал новин» (newsmagazine). Нині «The Economist», за словами М. Тангейта, є «усталеним суспільним інститутом... Всі атрибути, наявні в газеті, витримані в маркетингу: сила інтелекту, незалежність, відсутність догоджання та інтернаціональний світогляд» [212, с. 194].

Від початку незалежності в українському медіасередовищі обговорювалися ідеї вивчення й адаптації досвіду зарубіжних засобів масової комунікації. Особливої актуальності вони набули з виникненням перших ділових видань, які часто співпрацювали із закордонними пресодруками в межах ліценцій: «Деловая неделя» – з газетою «The Financial Times», журнал «Профіль», отримавши ліцензію «Der Spiegel», став «Der Spiegel Профіль», до журналу «Профіль Україна» була запроваджена вкладка «BusinessWeek».

Влітку 2006 р. українська міжнародна мультимедійна група «United Media Holding group» заявила про свій стратегічний намір інвестувати 11 млн доларів у розвиток нових медіапроектів. Одним із них став журнал новин «Фокус» – журнал про найважливіші події, які відбулися в Україні та світі впродовж тижня. Мета проекту – дати можливість зосередитися на найважливіших аспектах, ознайомитися з думкою експертів, отримати обґрунтований прогноз на майбутнє. Засновник позиціонував «Фокус» як класичний «newsmagazine» – добре ілюстрований, емоційний, глибокий журнал, який буде цікаво читати. «“Фокус” стане «зразком нової незалежної журналістики, кращих ідей, якісної фотографії та висококласного дизайну», – наголошував президент групи компаній «Український Медіа Холдинг» Б. Ложкін, акцентуючи популярність цього типу пресодруків – журналу новин. Він вказував, що в цьому сегменті успішно працюють такі видання як «Newsweek» (США), «Spiegel» (Німеччина), «The Economist» (Велика Британія) та багато інших.

Беручи до уваги те, що в Україні цей сегмент не заповнений, засновники розраховували, що український читач із цікавістю сприйматиме новостворений якісний тижневик новин, а отже, «Фокус» користуватиметься неабияким попитом. Головний редактор журналу (а ним став відомий український

журналіст-аналітик В. Кіпіані) запевнював, що «Фокус» буде тим виданням, яке поєднає сучасні світові медіатенденції. «Ми писатимемо про все, що цікавить широке коло читачів: від езуїтства політиків до історичних портретів та культурних провокацій. Ми звертатимемо увагу на найважливіші факти, знаходитимемо найцікавіших співрозмовників», – цитувала В. Кіпіані газета «День» у замітці «Більше журналів, хороших і різних» від 10 жовтня 2006 р.

Ще одна ідея, яку неодноразово обговорювали українські журналісти, натхненні інформаційно-комунікаційною моделлю британського тижневика, – заснування медіапроєкту «The Economist» в Україні». 2009 р. голова «Київського медіа-холдингу» Т. Загородній, оцінюючи ефективність столичної ділової преси, наголошував на правильності стратегії видавництва «Економіка», яке скеровувало редакцію часопису «Инвестгазета» на переформатування її контенту за зразком потужного «TheEconomist-a». «А ще краще, – зазначав Т. Загородній, – закрити «Инвестгазету» і почати випускати на її базі «Economist Україна». Був би сильний хід, оскільки «Economist» – сильний бренд» [102].

Як стверджував PR-директор видавництва «Економіка» В. Максимов, видавництво вивчало також можливість та доцільність випуску власне журналу «The Economist» в Україні», адже умови співпраці не передбачали одноразового великого платежу за франшизу. Британська сторона надавала перевагу регулярному отриманню частки від рекламних надходжень видання. Однак ідея, незважаючи на перемовні зусилля, так і не була втілена в життя [39].

У «Листі редактора», вміщеному в № 49 за 2009 р. в «Инвестгазет-і» під назвою «Открывая «Мир в 2010». Сергей Вовк о пользе размышлений о будущем» визнається той факт, що «значна частина (якщо не більшість) проблем, порушених у цьому журналі («The Economist-і». – З. Г.), в Україні мало кого хвилюють», але «незважаючи на те, що ці теми і події поки що жодним чином «не звучать» в Україні, значна частина (якщо не більшість) з них впливають на життя українців не менше, аніж, скажімо, американців чи данців».

До слова, спроба видавати в Росії аналог «The Economist-a» була реалізована у видавництві «Independent Media Sanoma Magazines» (IMSM) у 2006 р. під назвою «Smart Money Россия». Однак, незважаючи на постійні спроби реформувати журнал згідно із запитами рекламодавців, проєкт виявився неприбутковим і був закритий у травні 2009 р. Експерти називали різні причини, зокрема: невизначену цільову аудиторію, недостатню рейтинговість і не досить оригінальний продукт. На думку головного редактора «Forbes» М. Кашулинського, журнал був надто еклектичним, в якому впереміш публікувалися тексти і про приватні інвестиції, і про макроекономіку, і про науку – «самі по собі хороші», однак в поєднанні вони не підтверджували концептуальні вимоги до видання [23].

Сьогодні хороші перспективи наближення до моделі «The Economist» демонструє журнал «Новое время» за умови посилення в майбутньому його фінансово-економічного змістового сегменту. При цьому «Новое время», посиляючись на досвід британського тижневика, теж запровадило передплату на свій контент. Високу якість зі взоруванням на «The Economist» мають також журналістські матеріали «Українського тижня», який упродовж багатьох років забезпечував українську аудиторію якісними перекладами і передруками із «The Economist-a».

Однак «The Economist» і надалі продовжував залишатися популярним в українському масмедійному середовищі. Причиною такої популярності є високий авторитет цього якісного ділового видання серед світових політичних та фінансових еліт, надійність і об'єктивність його оцінок та прогнозів, глибина суджень, відсутність сенсаційності, виваженість і безсторонність.

Варто також зазначити, що важливим стратегічним ходом багатьох фінансових компаній світу вважається розміщення комерційної реклами на шпальтах «The Economist-a». Серед них є також і українська компанія «System Capital Management» – найбільша фінансово-промислова група України (власник – Р. Ахметов), яка вважала таку рекламну промоцію в «The Economist-i» потужним чинником формування іміджу компанії. Про це вела мову,

наприклад, директорка з корпоративних перетворень «System Capital Management» Н. Ізосімова у статті «СКМ занялась своим имиджем» (Инвестгазета. 2005. 15 авг.), яка наголошувала, що друкована реклама, вміщена у впливових пресодруках світу, зокрема й «The Economist-i», є «найпростішим і найефективнішим засобом донесення інформації про компанію “СКМ” до нашої цільової аудиторії».

Наголосимо, що послугами «The Economist-a» із просування своїх брендів та формування іміджу користувалися не лише компанії, а й держави. Зокрема, про намір витратити 7,8 млн доларів США на свою рекламну кампанію з метою залучення іноземних інвестицій до Грузії повідомила газета «Дело» у квітні 2007 р., посилаючись на інформацію міністра економічного розвитку Грузії Г. Арвеладзе про використання видань «The Economist», а також «Wall Street Journal», «Financial Times», телеканалів СМВС, CNN. Разом з іншими авторитетними друкованими засобами масової комунікації («The Financial Times», FDI Magazine та ін.) у 2009 р. «The Economist» було залучено до просування інвестиційних можливостей України в ключових регіонах світу, про що йдеться у статті В. Каськіва «“Invest Ukraine” – крок до реформ» у газеті «Дзеркало тижня» (2009. 18 груд.).

Як медійний зразок, «The Economist» найчастіше використовують у контексті якісної преси. І теоретики-журналістикознавці, і практики-журналісти одностайно наголошують на необхідності творення якісних засобів масової комунікації в Україні. Ю. Макаров [4] та М. Гонгадзе [56] вважають, що в Україні немає якісних засобів масової комунікації у повному розумінні поняття «якісна журналістика». В інтерв'ю «Детектору медіа» М. Гонгадзе зазначила, що чинна в Україні журналістика – це «не реальна якісна журналістика, немає тут повної свободи слова. В Україні є плюралізм інформаційний, є свобода, але немає якісних підходів до подачі інформації й немає незалежності. Всі медійні ресурси належать комусь – олігархам, політикам, різним людям – і вони використовують їх для власних інтересів, політичних чи бізнес-інтересів, вони

впливають на журналістів. Стандартів, у принципі, й незалежності трудового колективу не існує» [56].

Це твердження перегукується з висловленою раніше думкою редактора «The Economist-a» Б. Еммота, який у 2006 р. під час проведення майстер-класу українським журналістам зауважив, що зростання накладів і концентрація медіавласності в руках певних бізнес-груп є нежиттєздатною моделлю [25]. Думки Б. Еммота про перспективи ділової друкованої преси у зв'язку з економічною кризою та конкуренцією з боку онлайн-видань викладено в його інтерв'ю Д. Горюнову, журналістові газети «Экономические известия», що було опубліковане в листопаді 2009 р. [12].

Причиною популярності «The Economist-a» в українському інформаційному просторі є високий авторитет цього якісного ділового видання серед світових політичних та фінансових еліт, надійність і об'єктивність його оцінок і прогнозів, глибина суджень, відсутність сенсаційності, виваженість та безсторонність. Цілком слушно зазначив журналіст Р. Вибрановський, що погляд «The Economist-a» – «важливий погляд, не замилений емоціями та ставленням до політиків» (День. 2014. 23 січ).

Незважаючи на потужне теоретичне опрацювання теми якісних засобів масової комунікації в сучасному пресознавстві (С. Блавацький, Й. Лось, Б. Потятиник), безпосередні учасники медіадискурсу й надалі намагаються з'ясувати суть цього поняття на шпальтах газет і журналів, а також на професійних майданчиках (Детектор Медіа, Media Sapience, ТЕТУ.org.ua). У цьому контексті погляд крізь призму «The Economist-a» є особливо важливим.

Журналіст, телеведучий і письменник Ю. Макаров так пояснив суть якісної журналістики: «“The New York Times”, “BBC”, “The Economist” не просто подають інформацію, а створюють мікросвіт навколо кожного свого номера і навколо видання загалом. Тому в канонічній газеті ви будете отримувати абсолютно релевантну економічну інформацію, так само як рубрику про медицину, науку, книжки тощо» [4].

У статті «Скандальні чи ділові?», опублікованій на платформі «Детектор медіа», за результатами опитування експертів було сформовано перелік найскандальніших ділових видань станом на 2006 р. (серед них: «Бізнес», «Деловая столица», «Коммерсант-Украина», «Экономические известия», «Дело») і зроблено загальний висновок про те, що українським діловим виданням ще далеко до стандартів «The Economist», «Business week», «Financial Times» [202].

Акцент на особливих рисах публікацій «The Economist-a» зробив О. Андрієвський, висловивши побажання, аби українська журналістика хоч трохи нагадувала західну в аспекті сторітелінгу. «Коли я читаю чергову «зраду» від наших ЗМІ, хочеться плакати. Коли читаю таку ж «зраду» на «New York Times», «The Economist» або «The Guardian» – хочеться дочитати до кінця, зробити репост та з кимось це обговорити. Просто ті хлопці пишуть так, щоб отримати Пулітцера» [3].

Б. Боннер, головний редактор заснованої в 1995 р. англomовної газети «Kyiv Post», підтвердив журналістам «Детектора Медіа» 2015 р., що його видання орієнтується на «Associated Press», «Reuters», однак він постійно радить колегам читати «The Economist», а також «The New York Times», «The Wall Street Journal», «The Washington Post», «щоб уловити їхній стиль викладу й адаптувати його» [215].

Про причини відсутності якісної журналістики в Україні журналістка Д. Дуцик висловила так: «Намагаючись відгородитися від усього радянського і надто ідеалізуючи західну модель, ми почали надавати перевагу інформаційній журналістиці, журналістиці факту і забули, що журналістика думки має таке саме право на повноцінний розвиток та повинна розвиватися паралельно. Комуś це може видатися надто теоретичним питанням, проте це пояснює ті негативні процеси, які спостерігаємо сьогодні на нашому медіаринку, зокрема поживтіння медіа (йдеться про всі сегменти: друковані видання, телебачення, радіо, Інтернет) та відсутність серйозних видань (рівня “The Economist”, “Frankfurter Allgemeine Zeitung”, “Spiegel” тощо), здатних

аналізувати ситуацію та певною мірою впливати і на політичний порядок денний країни» [92].

Змін на ринку ділових видань України торкнувся А. Яніцький, директор Центру журналістики Київської школи економіки в інтерв'ю з Т. Бріком – дослідником Київської школи економіки, головою наглядової ради аналітичного центру CEDOS. Зокрема, А. Яніцький зауважив, що десять років тому в Україні функціонувало багато ділової періодики, а тепер залишилося лише декілька інтернет-видань. На думку Т. Бріка, різним аудиторіям цікаві різні теми. «Люди з обмеженим ресурсом обирають безкоштовні сайти. Якісну ділову пресу читає заможніша аудиторія. Ці люди готові платити за якісний контент, але навіщо їх платити вам, якщо вони можуть платити “The Economist”, “New York Times”, “Washington Post”? Англійська вже не проблема, читати можна онлайн. Навіщо платити за “Галицькі контракти”, якщо можна читати “The Economist”. Українські медіа сьогодні конкурують за читача на глобальному рівні» [236]. Стежачи за висловленою думкою Т. Бріка, можна зробити висновок, що існує в суспільстві й таке бачення – не розвивати національні медіапроекти, а користуватися надбаннями закордонних масмедіа.

У дискусивному полі залишаються проблеми пошуку для таких видань в Україні аудиторії, яка б готова була сприймати журналістику цього плану, а також потребує обговорення професійна підготовка журналістів, які готові створювати потужний медіапродукт, що буде затребуваний вмотивованою аудиторією. При цьому відразу ж виникає питання про відмінності між уявленнями про масовість аудиторії. Для західних медіаекспертів це поняття кількісне, тобто йдеться про якомога ширші кола читачів, в Україні ж це поняття якісне.

Однак на тлі загального захопленням стратегічною лінією «The Economist-a» неодноразово виникали й критичні зауваги до провадження тижневика. Так, редактор відділу «Фінанси» газети «Дело» В. Головін у статті «Некоректний вплив» розкритикував усталену традицію британського тижневика не зазначати авторів під публікаціями. На його думку, в умовах

українського сьогодні така практика вважалася би радше як негативна, а самі матеріали були б тавровані як “анонімки”» [55].

Чимало дискусій щодо стандартів журналістики, зокрема дотримуваних «The Economist-ом», були спричинені російською окупацією Криму і Донбасу та відображенням цих трагічних подій у британському тижневику. Зокрема, українські журналісти активно ревізюнували принцип відстороненості в журналістиці. Наголошуючи на місії журналіста правдиво відтворювати події і факти, Г. Гопко зазначала, що журналіст – це та особа, яка, надаючи об’єктивну, збалансовану інформацію, представляє певну позицію – правдивого подання інформації. «Можливо, за західними стандартами, це не буде певна збалансованість, але все-таки журналіст – також і громадянин. Він не може бездіяльно спостерігати, як коїться щось ганебне, при цьому кажучи, що просто передає інформацію... Не може бути журналіста без позиції. А якщо хтось назве це заангажованістю, то я вважаю, що в Україні назріла потреба в принциповій журналістиці з позицією, з умінням відстоювати національні інтереси... Українці мали свої хороші традиції потужної за масштабами мислення, популяризації світоглядних ідей публіцистики» [204]. При цьому журналістка зазначала, що навіть у тих країнах, де потужно розвивається якісна журналістика, потрапляють під критику навіть ті пресодруки, якість провадження змісту яких не викликає заперечень, як, наприклад «The Guardian» чи «The Economist».

Кількома роками раніше таку ж думку сформулював І. Лосєв у статті «Синдром “Центральної Ради”» (День. 2011. 15 квіт.), реагуючи на пораду М. Гонгадзе працювати «в такому позбавленому індивідуальності ключі, як «Guardian», «New York Times», «The Economist». І. Лосєв писав: «Якщо завданням журналіста є виключно повідомляти факти, то журналісти взагалі не потрібні, вистачає декількох інформаційних агентств і рухомого рядка на екрані телевізора. Не бачу нічого поганого в наявності авторської позиції. Більше того, вважаю, що без неї журналістика вихолощується, а журналіст перетворюється на сумновідомий сталінський “гвинтик” інформаційної машини».

Принцип суб'єктивності закладено у філософію «Инвестгазет-и», яка позиціонує себе як «блогерська платформа лідерів думок». «Ми хочемо чути інформацію від першої особи, без редакційної інтерпретації. Нехай чиясь думка буде суб'єктивною, але ми бачимо, від кого вона виходить і робимо для себе висновки» [148]. Така позиція має багатьох прихильників і не позбавлена певного сенсу. Однак при цьому, на нашу думку, не враховано чинника аудиторії, частина якої потребує належного пояснення, коментування чи докладного аналізу.

Ведучи мову про «The Economist» та вивчення особливостей його входження в українське медіасередовище, варто звернути увагу ще й на такий аспект, як його досвід переходу в онлайн. У перше десятиліття ХХІ ст. ринок друкованих видань постав перед загрозою різкого скорочення накладів, а подекуди і закриття самих медіамайданчиків. Засоби масової комунікації переходили в онлайн, і в цьому контексті досвід «The Economist-a» особливо позитивно оцінювали українські медіафахівці. Приклад тижневика дав поштовх серії публікацій про перспективи розвитку друкованої преси та вплив соціальних мереж і блогосфери на розвиток журналістики. Серед них, наприклад, вміщені в «Кореспонденті» статті А. Крикун «Джерело інформації – соціальні медіа» [135] і «Розвиток онлайн друкованих видань» [136]. Як зазначила А. Крикун, «додавання онлайнного джерела інформації до основного друкованого має виклики не тільки з боку “дозування” та формату інформації і її технологічного оформлення, а ще й взаємодії з аудиторією. Хоча друковані видання є цільовими, та все ж звертаються до масової аудиторії. Інтернет-видання, щоб мати успіх сьогодні, повинне мати характер “персонального” – в ідеалі це означає і поздоровлення із днем народження людини, можливість виявлення її інтересів та подальша рекомендація певних матеріалів, а також звертання на ім'я в загальній розсилці – все те, що дасть людині відчуття своєї унікальності і прив'яже її саме до певного джерела» [135].

Стаття «The Future is another country» («Майбутнє – це інша країна»), що опублікована 24 липня 2010 р. в «The Economist-i», потрапила в поле зору

аналітика В. Харитонова і його матеріалу «Мережа наскрізь» на платформі «Детектор медіа». «Можливо, не зовсім точно порівнювати Facebook зі суверенною державою, як це робить “The Economist”,... але претендувати на місце в ряді інших наднаціональних інституцій на взірць міжнародних корпорацій, багато з яких є цілком заможними економічно і політично... цілком коректно» [226]. Ексредактор відділу культури журналу «Новинар» В. Балдинюк [5] також позитивно оцінювала цей досвід «The Economist-a», адже завдяки «поглибленню інтеграції з соціальними мережами Facebook та Twitter тижневик отримав змогу долучити до кола своїх шанувальників понад мільйон читачів».

На «Детекторі медіа» українські експерти свого часу обговорювали новину про запуск у 2010 р. iPad версії «The Economist-a» [156]. Наводилися дії редакції тижневика щодо впровадження відеотехнологій у друковані видання та стрімкий перехід періодичних видань на екрани планшетних комп'ютерів, характеризувався процес запуску спеціалізованих додатків «The Economist-a», «розкривалися плани щодо тестового запуску на сайті тижневика технології Perspective, яка відстежує образливі коментарі під дописами» [301].

Особливо цінним для українських засобів масової комунікації виявився досвід тижневика щодо запуску передплати на цифровий контент у час, коли почали скорочуватися продажі його друкованої версії (paywall). Перебуваючи на посаді діджитал-директора телеканалу «1+1», А. Ткаченко назвала пропозицію пакетної передплати (друкована і онлайн-версія разом за привабливою ціною) для читачів «The Economist-a» ідеальною моделлю. «Таким чином, люди можуть читати улюблене видання, коли їм це зручно, і мати його в друкованому варіанті, якщо потрібно підкреслити елемент статусності» [58].

Вибір тижневиком платформи і концепції редизайну був високо оцінений генеральним директором «Ligamedia» Д. Бондаренко. Зокрема, він зазначив, що досвід провідних міжнародних видань дав змогу творити «продукт високого класу, який відповідає ключовим трендам» [339]. Регулярно на сторінках

українських видань з'являлася інформація щодо зміни власності, прибутків, управлінських рішень, зміни головних редакторів, продаж акцій тижневика тощо. Такий контент підкреслював затребуваність українським медіасередовищем різноаспектних відомостей про британський щоденник, його вміння реагувати на виклики сьогодення.

У 2013 р. «KyivPost», посилаючись на Всеукраїнське передплатне агентство, повідомило про те, що «The Economist» залишає український ринок через корупцію. Представники агентства заявили, що українські державні структури начебто шокували британців розміром хабарів, які вимагалися за можливість вести бізнес в Україні [92]. Однак 8 серпня 2013 р. на ресурсі Media Sapience з'явилося повідомлення: «Ми продовжуємо відправляти в Україну своїм передплатникам журнали. Наші видання зараз можна придбати в Києві та інших містах», про що заявила агентству співробітниця відділу передплати «The Economist-a». При цьому вона не виключала, що з низкою українських агентств, які забезпечують доставку і розповсюдження журналу в Україні, могли бути припинені відповідні контракти. «У нас є декілька компаній, котрі виконують наші зобов'язання перед передплатниками в Україні», – підкреслила представниця «The Economist-a» [188].

У контексті нашого дослідження варто звернути увагу ще на один аспект присутності «The Economist-a» в українському інформаційному просторі. Упродовж досліджуваного часу тижневик неодноразово був співорганізатором різнопланових заходів, подій, івентів в Україні, що свідчить також про його інтерес до країни. «The Economist» брав участь у проведенні конференцій «Україна – погляд зсередини: осмислення інвестиційних ризиків і можливостей» (7 грудня 2010 р., Лондон), «Україна – погляд зсередини: майбутня роль в енергетичній безпеці Європи» (19 березня 2013 р., Відень), «Україна – погляд зсередини 2011: на шляху до успіху?» (6 грудня 2011 р., Лондон). На форумах обговорювався стан економіки, реалізація реформ в Україні, інвестиційний потенціал. 29 березня 2011 р. в Києві підрозділ «The

Economist Group» компанії «Economist Conferences» організував і провів «Український Самміт».

Перебіг форумів, що мали на меті об'єднати очільників Кабінету Міністрів та бізнес-лідерів навколо дискусії про поточні економічні реформи, широко висвітлювався в засобах масової комунікації. Це, зокрема, новинні повідомлення в інформаційних агентствах (Інтерфакс, Уніан, Укрінформ, Українські новини, Українські національні новини, ЛігаБізнесІнформ) та їх передруки в інтернет-агентствах та веб-порталах («Українська правда», «Дзеркало тижня», «Комсомольська правда в Україні», «Український бізнес-ресурс», «Korrespondent.net» тощо), а також інформаційні матеріали, розміщені на сайтах Кабінету Міністрів України і Міністерства інфраструктури України; статті в друкованій пресі («День», «Коментарі», «Репортер», «Час», «Бізнес», «Нафтопродукти», «Термінал», «Український тиждень», «Кореспондент», «Комсомольська правда», «Сьогодні», «Труд», «Урядовий кур'єр»), сюжети на телебаченні (ТРК «Україна», «1+1», «Інтер», «Перший діловий», «УТР»). Загалом було опубліковано й оголошено 494 повідомлення з урахуванням передруків: 196 – у 2010 р. та 298 – у 2011 р.

Неодноразово редактори тижневика відвідували Україну для участі в різноаспектних медіазаходах. Головний редактор «The Economist-a» провів майстер-клас для українських журналістів на запрошення компанії «ТНК-ВР Україна» у 2006 р. Задекларована тема майстер-класу – «Як виграти боротьбу за читача, його час і гроші». Тези виступу Б. Еммота для своїх читачів оприлюднив ресурс «Телекритика» [25]. В ексклюзивному інтерв'ю газеті «Дзеркало тижня» старший віцепрезидент Economist Intelligence Unit Д. Торнілі поділився думками з приводу макроекономічного і ділового клімату в Україні, охарактеризував перспективи реформ в нашій державі, окреслив своє бачення її майбутнього на світовій арені [184].

Участь журналістів британського тижневика проявлялася й у низці інших важливих для масмедійної сфери України подій. Серед них, зокрема, Е. Еплбом, американська історикиня, колумністка, опублікувала десятки статей

про суспільні і політичні зміни у Східній Європі, кореспондентка «The Economist» у Варшаві (1988 р.), редакторка «The Economist-a» (1992 р.); Х. Фріланд, економічна журналістка, політик, на початку 1990-х рр. працювала спрингером для «The Economist-a» в Україні; Т. Джуда, автор книги про війну в Україні «In Wartime: Stories from Ukraine» (2016 р.); Е. МакЕлвой (старша редакторка «The Economist», відома економічна журналістка); Д. Чемберлін (фотограф, що співпрацює з «The Economist-ом»); В. Шрайбер, Н. Шнайдер. Зокрема, 18 березня 2009 р. Х. Фріланд прочитала лекцію в Міжнародному Інституті менеджменту в Києві про специфіку прогнозів у часи кризи та імідж України за кордоном. У жовтні 2019 р. Е. МакЕлвой взяла участь в Українському фінансовому форумі, організованому фінансовою групою «Investment Capital Ukraine» [59]. 13 травня 2017 р. Д. Чемберлін прочитав лекцію в Школі журналістики Українського католицького університету. В. Шрайбер брав участь як лектор на англomовному майстер-класі International Freelancing, що його організувала створена у березні 2015 р. організація «Вільна преса України». Журналіст «The Economist» Н. Шнайдер був одним із 36 підписантів заяви українських медіа з приводу розголошення сайтом «Миротворець» персональних даних близько чотирьох тисяч українських та іноземних журналістів, які свого часу отримували т. зв. «акредитацію» у збройному сепаратистському угрупованні ДНР [224].

Важливо вказати на те, що низка журналістів «The Economist-a» представили українським читачам свої книги. Зокрема, 2016 р. на Книжковому Арсеналі журналіст Т. Джуда репрезентував книгу, присвячену війні в Україні, під назвою «In Wartime: Stories from Ukraine». 2017 р. у видавництві «Наш формат» вийшов український переклад праці Х. Фріланд «Плутократи. Епоха нових багатих та занепад старої системи». Того ж року і в тому ж видавництві побачила світ книжка Е. Еплбом «Червоний голод: війна Сталіна проти України».

Участь журналістів «The Economist-a» в різноманітних заходах в Україні формують дуже важливий персональний вимір присутності цього видання в

українському інформаційному просторі. Традиційно анонімний, образ видання «олюднився» чи не найбільше постаттю редактора його міжнародного відділу, експерта з проблем Центральної і Східної Європи, водночас знаного як старший віцепрезидент у Центрі аналізу європейської політики, Е. Лукаса, відомого також своїми книгами «Нова холодна війна: як Кремль загрожує і Росії, і Заходу» (Київ : Темпора, 2008) та «Deception Spies, Lies and How Russia Dupes the West» («Обман: шпигуни, брехня і як Росія дурить Захід») (Bloomsbury Publishing, 2012). Е. Лукас є автором публікацій в українській пресі, зокрема в тижневику «Український тиждень» (з 2009 р.) та газеті «День», а також коментатором щодо тенденцій розвитку світових медіа та суспільно-політичних подій. У цьому контексті варто відзначити інтерв'ю М. Сірука про майбутнє журналістики з Е. Лукасом, що було надруковане в газеті «День» (2016. 17 черв.). Інтерв'ю містить важливу тезу Е. Лукаса про значення журналістики для розвитку думки і відповідальність журналістів за їх внесок у громадську культуру та розвиток громадської думки. Ця теза демонструє повне суголосся з місією тижневика «The Economist». «У журналістиці існує величезна двозначність, – цитуємо Е. Лукаса, – ми є або частиною розважального бізнесу, або частиною публічного життя».

Упродовж останніх років українські ЗМК звертались до Е. Лукаса по коментарі з численних приводів, як-от: результати президентських виборів у Франції та Росії 2012 р., судові позови російських магнатів, фінансова криза у світі та реакція людей на неї, здобутки і найбільші прорахунки української влади за 20 років української незалежності, причини масових заворушень у Великій Британії, ажіотаж з весіллям принца Вільяма і Кейт Міддлтон, можливі кроки ЄС для скерування української влади захищати європейські цінності, відмінності між сьогодношньою і колишньою Росією та понад півсотні інших. Окремий масив інтерв'ю і коментарів, опублікованих в українській пресі, зокрема в газеті «День», журналі «Український тиждень», стосуються його книги «Нова холодна війна». Реалізуючи напрям боротьби проти фейкових новин і поширення медіаграмотності, Е. Лукас взяв участь у зйомці

документального фільму «Нічого, крім брехні», знятого в результаті співпраці журналіста Т. Вайта та української команди StopFake.

До слова, 2018 р. редакція «Українського тижня» відзначила співпрацю Е. Лукаса з виданням, назвавши його серед особистостей, які формують «обличчя» тижневика. Е. Лукас відомий своєю важливою роллю під час Євромайдану. Саме він, посилаючись на конфіденційні джерела, повідомив про таємне підписання президентом В. Януковичем договору про вступ до Митного Союзу в 2013 р. в обмін на позику в розмірі 15 млрд доларів, про що повідомили численні українські ЗМК, в тому числі й газета «Дело» (2013. 16 груд.). Згодом, після Революції Гідності, Е. Лукас брав активну участь у конференціях, зокрема в конференції «Invest in Ukraine» (3 вересня 2014 р., Лондон), що були спрямовані на привернення до української економіки інвестицій з боку держав – світових лідерів (Дело. 2014. 26 серп.). Обізнаність Е. Лукаса з українськими реаліями стала позитивним фактором на противагу проблемам, які окреслив Посол США в Україні Дж. Пайет: «Біда в тому, що багато журналістів приїжджають і виїжджають з України час від часу. Тобто вони не живуть тут постійно, і пропускають багато драматичних моментів... Відсутність постійних власкорів у Києві та орієнтація на російські джерела негативно впливають на якість та правдивість інформації в зарубіжних джерелах» [195]. Окрім того, важливою є лекційна діяльність Е. Лукаса, зокрема на магістерській програмі для майбутніх журналістів в Українському католицькому університеті (Львів). Проукраїнська позиція Е. Лукаса та його категорична заява в 2015 р. щодо брехливої політики «Russia Today» і «Sputnik» отримали підтримку українських медіа [188].

Про особливості роботи журналістів «The Economist-a» в Україні йдеться у низці матеріалів професійних сайтів «Media Sapience» та «Детектор медіа». Інформація, хоч і незначна, зберігається на цих сайтах і про українських журналістів, які співпрацюють із «The Economist-ом», серед яких, наприклад, уже згадувані нами К. Горчинська та О. Ткаченко.

Вивчення «The Economist-a» та його присутності в українському масмедійному просторі підтвердило передовсім інтерес українського медіаспоживача до новинної та аналітичної інформації, вміщеній у цьому виданні, а також продемонструвало підсилення аргументаційної бази та компенсацію нестачі потрібної інформації українськими журналістами саме матеріалами з британського тижневика. Нині українські споживачі добре ознайомлені з цим світовим медіабрендом як надійним джерелом інформації, авторитетним виданням, що зацікавлене висвітленням української тематики.

3.2. Тематична стратифікація контенту тижневика в українській пресі

Задля того, щоб довести нашу гіпотезу про затребуваність матеріалів «The Economist-a» українськими засобами масової комунікації, важливо буде з'ясувати передовсім, які саме масмедіа покликалися й найчастіше цитували матеріали тижневика. Також треба означити й проблематику цитованих публікацій чи їх передруків, частоту їх використання. Необхідно виокремити матеріали, які були найбільше обговорювані й цитовані, охарактеризувати вплив окремих публікацій «The Economist-a» на суспільне і журналістське середовище в Україні, тобто виділити найбільш резонансні публікації, проаналізувати їх сприйняття політичними та громадськими діячами, представниками влади, опозицією та журналістською спільнотою упродовж 1991–2019 рр.

Саме тому емпіричну базу на цьому етапі нашого дослідження склали загальноукраїнські періодичні видання: щоденні суспільно-політичні газети «Україна молода» (1991–2019), «Голос України» (1991–2019), «День» (1996–2019), «Сьогодні» (1997–2019); щоденні ділові газети «Инвестгазета» (1995–2014), (2017–2019), «Дело» (2005–2019), «Экономические известия» (2004–2012), «Коммерсант Україна» (2005–2014); щотижневі суспільно-політичні:

журнали «Кореспондент» (2002–2019), «Фокус» (2006–2019), «Український тиждень» (2007–2019), «Новое время» (2014–2019), газета «Дзеркало тижня» (1994–2019); щотижневі ділові газети і журнали «Бізнес» (1992–2019), «Контракти» (1990–2019).

Увесь масив публікацій «The Economist-a», які траплялися в зазначеній українській пресі, було розділено на чотири групи:

1. Повнотекстові передруки оригінальних матеріалів із «The Economist-a»;
2. Інформаційно-аналітичні матеріали, які містять передруки фрагментів оригінальних текстів (наприклад, огляди преси у формі інформаційних дайджестів);
3. Аналітичні матеріали українських та зарубіжних авторів, які містять посилання на викладені в публікаціях «The Economist-a» оцінки, судження, факти та інтерпретації;
4. Інформаційні повідомлення з викладом фактів, показників, індексів, кількісних розрахунків, прогнозів, що були оприлюднені на сторінках «The Economist-a», на сайті тижневика, а також дослідницькою службою «The Economist Intelligence Unit».

Передруки із зарубіжних засобів масової комунікації є поширеною практикою в масмедіа. Доводиться констатувати, що теоретичні аспекти цього явища в українській журналістикознавчій науці є недостатньо опрацьованими. З огляду на публікацію юриста Інституту масової комунікації Т. Кириченко [124], в якій ідеться про юридичну відповідальність українських журналістів за зміст републікованих і професійно (а доволі часто й непрофесійно) перекладених матеріалів із зарубіжних пресодруків, актуальність проблеми є очевидною і незаперечною.

Варто вказати, що практика передруків із зарубіжних періодичних видань в Україні має свої особливості. «На наш погляд, на ринку ділових ЗМІ України існує дефіцит якісних ділових видань, хоча потреба в аналітиці, фінансових та економічних новинах дуже велика, і зростає з кожним днем», – зазначив колишній директор видавництва «Ділова преса України», нині власник

видавництва «Економіка+» І. Чудновський [38]. Публікуючи статті з газети «Financial Times», журнал задає для своїх читачів високий стандарт якості.

Однією з перших в Україні почала ознайомлювати свою аудиторію з повнотекстовими публікаціями «The Economist-a» газета «День». «Україна повинна врятувати себе сама» – ця стаття з британського тижневика за 23–29 жовтня 1999 р. порушувала (нагадаємо, публікації тижневика не містять вказаного авторства) причини стратегії невизначеності Європейського Союзу щодо України (День. 1999. 6 лист.).

Ретроспективний аналіз опублікованих у газеті перекладів свідчить про послідовність редакції в доборі матеріалу. Насамперед чітко проглядається намагання якомога глибше показати проблеми щодо формування іміджу України на світовій арені, з'ясувати, як бачать нашу державу основні політичні гравці на геополітичній карті. Виразний пріоритет надано передрукам, присвяченим національній безпеці та обороні України, енергетичній безпеці, проблемі взаємин із сусідніми державами, особливо з Росією, становленню економіки, корупції та її негативному впливу на імідж держави, міжнародній політиці і перспективам України. Ця проблемно-тематична домінанта була зумовлена суспільно-політичним спрямуванням щоденної газети. Періодом найінтенсивнішого передруковування публікацій були 2006–2008 рр., коли їх сумарна кількість сягнула 37 (загалом 45 протягом 1996–2019 рр.).

У період від 2009 р. на зміну передрукам в газету прийшли аналітичні та інформаційно-аналітичні журналістські й експертні матеріали з використанням аргументаційної бази з текстів «The Economist-a», а також даних від «The Economist Intelligence Unit». Окрім того, від 2009 р. почалася активна співпраця з Е. Лукасом, заступником головного редактора «The Economist-at», який, нагадаємо, залучався як експерт із широкого кола питань світової політики, енергетичної безпеки, українсько-російських відносин тощо.

Лєвова частка передруків припадає на видання «Український тиждень», який позиціонує себе як «незалежний аналітичний україномовний тижневик суспільно-політичного спрямування, що висвітлює ключові події та проблеми

країни». Перекладні матеріали із «The Economist-a», а також із німецького видання «Die Welt» є ексклюзивом видання. Причини такого активного звернення до статей видань-партнерів вичерпно описані в презентації, що оприлюднена на сайті часопису: «УТ – єдине видання в Україні, яке має ексклюзивні права на передрук статей впливового британського тижневика “The Economist”». «У кожному номері нашого журналу ви маєте змогу читати ексклюзивні матеріали найактуальнішої тематики впливових британських та світових економістів, науковців, політологів, культурологів. Завдяки співпраці із “The Economist” ми маємо більш повну картину світових подій, аналіз глобальних трендів, маємо нагоду знайомити читачів із взірцями якісної зарубіжної журналістики» (www.tyzhden.ua).

Переклади статей зазвичай були упродовж одного місяця від дати публікації доступні користувачам. У 2010–2018 рр. в кожному випуску подавалися 2–3 статті, загалом за дев’ять років було вміщено майже тисячу оригінальних статей. Частка матеріалів політичної тематики становила (орієнтовно) 58 %, економічної – 16 %, новітніх технологій – 26 %. Отже, публікацій на економічну тематику найменше, що, власне, руйнує міф про те, що «The Economist» – журнал вузькоспеціальний, монотематичний часопис. Левова частка припадає на політичну аналітику, суттєво менше – на інші рубрики, зокрема на новини технологій.

Окрім перекладених і вміщених в «Українському тижні» публікацій, зосереджених на українських подіях, відтворено широку палітру міжнародних політичних і економічних взаємин, тенденцій. Особливу вартість мають публікації, присвячені темам, що не охоплювали українські ЗМК, зокрема аналізу подій на інших континентах – у Південній Америці, Африці, Азії, значення яких у глобальному вимірі сьогодні лише зростає. Велику увагу приділено китайській економіці, діяльності міжнародних корпорацій, глобальній банківській системі, валютним ринкам. Окрім того, відтворені на шпальтах «The Economist-a» і передруковані в «Українському тижні» статті охоплюють найважливіші технологічні новини і тенденції, які безпосередньо

вплинули на економіку, банківську сферу, політичне життя, охорону здоров'я, подолання бідності, корупції, глобальні екологічні виклики. У світоглядно-філософському сенсі вони збагатили українського читача взірцями журналістики в руслі світових суспільних дискусій про трансформацію і подальшу долю суспільно-економічних систем – капіталізму і соціалізму, про роль демократії в контексті стабільності. Чимало публікацій присвячено світовим лідерам, відомим персоналіям, які вплинули на світовий політичний та економічний процес, питанням освіти, менеджменту, мистецтва, культури, літератури.

Редакція журналу «Український тиждень» видає також масмедійний проєкт «The Ukrainian Week» – «англомовну аналітику для іноземної аудиторії від експертів, політиків, лідерів громадської думки та культурних діячів в Україні та за кордоном. Переклад найважливіших матеріалів “Українського тижня” для іноземців. Найактуальніші суспільні, економічні та політичні події, моніторинг реформ і євроатлантичної співпраці, популяризація української історії та культури. Якісний переклад, авторитетні думки, фаховий аналіз, відповідальна пояснювальна журналістика», – так характеризує редакція цей проєкт. Варто зазначити, що англомовна друкована версія «The Ukrainian week» також включає окремі передруки з британського тижневика.

Водночас щоденні видання ділового спрямування, зокрема «Інвестгазета», зосереджувалися на економічній та фінансовій тематиці, розвитку ринків і галузей промисловості, банківській справі, проблемах управління економікою, новітніми технологіями, маркетингу і менеджменту, розподілі ресурсів, аналізі інвестиційного клімату, ринках збуту. З особливою ретельністю ділова преса відстежувала публікації рейтингів та індексів, які готував і оприлюднював «The Economist» та його дослідницький підрозділ «The Economist Intelligence Unit». Між іншим, розуміння впливу політичних подій на економічну ситуацію та інвестиційний клімат завжди змушувало ділову пресу стежити за суспільно-політичною проблематикою. Упродовж 2010–2012 рр. «Інвестгазета» помістила на своїх шпальтах 31 статтю з британського тижневика.

Ознайомлюючи українських читачів з цими передруками, редакція пропонувала їм почати мислити глобальними категоріями, а спроба поглянути на економічні процеси під лондонським, франкфуртським чи київським кутом зору – крок у цьому напрямі (Инвестгазета. 2009. 7 дек.).

Головний редактор газети С. Вовк зазначав, що співпраця з таким глобальним лідером ділової інформації як «The Economist» надає читачам «Инвестгазет-и» унікальну можливість вловити свіжі тренди глобальної економіки і спробувати переосмислити їх вплив на свій бізнес. «Матеріали “The Economist” – це їжа для розуму людей, які вже встигли усвідомити, що новини з лондонського Сіті чи нью-йоркської Волл-стріт впливають на економіку і наше життя набагато більше, аніж банальні заяви з Печерських пагорбів» [114].

Серед републікаторів оригінальних статей із «The Economist-a» був і журнал «українського істеблішменту «Мысль» (<http://www.idea-magazine.com.ua>), заснований топ-менеджерами провідних компаній України. Своім завданням він декларував задоволення потреб керівників великих компаній і державних менеджерів в огляді найцікавіших публікацій, присвячених питанням управління та глобальним економічним тенденціям, з п'яти провідних англomовних засобів масової комунікації за останній місяць (американський журнал з менеджменту «Harvard Business Review», аналітичний зошит «Financial Times: Comments & Analysis», «The Economist», «Euromoney» та «The Wall Street Journal»). Разом за період 2006–2010 рр. журнал передрукував 107 статей актуальної політичної та економіко-фінансової тематики, матеріали з менеджменту, банківської справи, маркетингу, енергетичних ринків, тобто редакція охоплювала проблематику, яка була безпосередньо цікавою і необхідною для топ-менеджерів великих компаній (саме такою була його цільова аудиторія, що зумовило незначний наклад у 300 примірників).

Від 2013 р. передруки почали з'являтися на сайті delo.ua, оскільки на цей час (з 2012 р.) видання повністю перейшло в онлайн-формат. Упродовж 2013–2015 рр. на платформі було опубліковано 66 статей. У суспільно-політичному

житті України це був період Революції Гідності, російської окупації Криму і Донбасу. Це був час, якому «The Economist» приділив велику увагу, аналізуючи і повертаючи увагу світової спільноти до подій в Україні. Більшість передруків стосувалися проблем повернення втрачених територій, конфліктів в українському парламенті, питань української економіки (зокрема пошуку порятунку від дефолту), воєнних дій в Україні, збитого Росією літака МН 17, долі кримських татар, сприйняття українських подій іноземними державами, засудження агресивної політики Путінської Росії, її енергетичних маніпуляцій, російської пропаганди, санкцій проти Росії й обов'язку Заходу зупинити її, російської економіки, її стосунків із сусідами (Молдовою), кадрових призначень в українському уряді і місцевій владі, тенденцій у суспільстві, закону про декомунізацію, корупції, подій міжнародного життя: результатів президентських виборів у Польщі, референдуму за незалежність Шотландії, проблеми тероризму, новітньої китайської пропаганди. Крім того, заторкувалися також питання зростання цін на нафту на світових ринках, глобальні проблеми світової економіки, економічні прогнози.

Важливим аспектом практики передруків є ілюстративний супровід і графічне оформлення статей. Наприклад, портал Delo.ua вирішив проблему ілюстративного супроводу шляхом уміщення ілюстрацій, близьких за змістом, що мають сенс, наближений до оригінальних ілюстрацій, однак з відмінним художньо-мистецьким вирішенням. Окремо варто відзначити важливий підготовчий аспект – професійний переклад. У квітні 2016 р. портал Delo.ua повідомив, що спільно із мовною школою Speak Up розпочинає проєкт із публікування короткого змісту статей із закордонних періодичних видань. Показово, що першим у цьому проєкті був матеріал «Сивий ринок» із тижневика «The Economist» (Delo.ua. 2016. 18 апр.). Раніше статті на цій платформі виходили в перекладі А. Павлова, К. Федоришиної. Для газети «День» переклади здійснював ресурс ИноСМИ.ru.

Тематика передруків часто пов'язана з проблемно-тематичним спрямуванням інших матеріалів номера і формує з ними тематичний вузол. При

цьому в деяких випадках такий передрук може бути опорним у розкритті теми, а іноді – доповнювати оригінальні публікації українських пресодруків. З переходом українських ЗМІ в онлайн такі зв'язки читач з легкістю відстежує через активні гіперпосилання з одного матеріалу на інший, а також на оригінальну статтю в «The Economist-i». Зокрема, від 2014 р. така практика запроваджена на порталі Delo.ua, в газетах «День» і «Дзеркало тижня».

Маркування передруків здійснюється в декілька способів. Перший – включенням назви «The Economist» як елемента назви відтвореної статті. Наприклад, «Доллар в Украине должен стоить вдвое дешевле – “The Economist”» (Delo.ua), або ж «“The Economist”: Новая битва на Косовом поле» (Сегодня. 2007. 11 мая), «“The Economist”: во власти Украины засилье бандитов и кумовство» (Фокус. 2011. 28 лют.). Газета «День» публікувала вихідні дані оригіналу під текстом перекладу. Наприклад, під матеріалом «Україна повинна врятувати себе сама» (День. 1999. 6 листоп.) курсивом виділено дату: «Economist», 23–29 жовтня [1999]. «Инвестгазета» в 2010 р. після статті подавала підпис «From “The Economist” print edition», що означає: «з друкованої версії “The Economist”», і в дужках проставляла дату випуску.

Оскільки передруки, опубліковані в тижневику «Український тиждень», здійснювалися в межах угоди між виданнями, то це відбувалося з урахуванням усіх правових аспектів. Переклади публікувалися без скорочення обсягу оригінального тексту з оригінальним ілюстративним супроводом та поданням авторського знака «©The Economist Newspaper Limited». Окрім того, на обкладинці кожного номера журналу «Український тиждень», який містив матеріали з «The Economist-a», подавався логотип британського тижневика (у лівому нижньому кутку). Електронні версії передруків в «Українському тижні» були доступні читачеві на сайті журналу лише впродовж місяця після виходу друкованого числа. Всі інші передруки, здійснені більшістю з досліджуваних у цьому розділі періодичних видань, і надалі залишаються доступними для ознайомлення. В повному обсязі вони доступні на сайтах газет «День», «Сегодня», Delo.ua. На сайті Delo.ua також доступні архівні публікації

«Инвестгазет-и». Недоступними нині є електронні архіви видань «Коммерсантъ Украина», «Экономические известия», «Мысль».

Варто зазначити, що такі ситуативні передруки мають певні особливості. Насамперед їх варто сприймати й оцінювати в контексті структури кожного окремого номера, вплетеними в його проблемно-тематичну канву, що зумовлено інформаційним порядком денним. Це варто відрізнити від передруків на постійній основі, як у випадку з тижневиком «Український тиждень», який з номера в номер вміщував 2–3 статті з, як правило, попереднього випуску «The Economist-a».

В окрему групу ми об'єднали інформаційно-аналітичні матеріали, які містять передруки фрагментів оригінальних текстів з «The Economist-a» (маємо на увазі огляди преси у формі інформаційного дайджесту). Такий спосіб подачі матеріалів із зарубіжних засобів масової комунікації характерний для багатьох українських видань, зокрема його було виявлено майже в усіх пресодруках, обраних для дослідження. У результаті було виокремлено два основні типи таких оглядів. До першого типу належать матеріали, що містять короткий виклад змісту публікацій або перекладені фрагменти оригінальних текстів із «The Economist-a» та декількох інших періодичних видань. Такі вибірки обмежені конкретним часовим діапазоном і мають на меті акцентувати основне інформаційно-тематичне зацікавлення українського пресодруку в певний час (тиждень, місяць, рік тощо). Найбільш поширеними, за нашим дослідженням, є тижневі огляди у формі інформаційних дайджестів. У них перекладені фрагменти зарубіжних публікацій виділяються засобами верстки так, щоб бути відокремленими один від одного. Таких оглядів преси із включенням матеріалів із «The Economist-a» за досліджуваній період було виявлено 12. Для прикладу наведемо рубрику «Про что сегодня пишут западные СМИ» на сайті «Дело.ua» (існувала до 2013 р.).

Неодноразово матеріали «The Economist-a» потрапляли до огляду публікацій зарубіжних ЗМІ після знакових подій в Україні, як-от чемпіонат Євро–2012 [86]. Однак особливо варто акцентувати на особливій включеності

«The Economist» до відображення подій Революції Гідності [93]. Включаючи цитати з публікацій цього видання до огляду «Україна у топ-темах світових ЗМІ» на ресурсі «Media Sapience», журналістка М. Дорош називає оцінки, які дав діям української влади під час розгону Майдану «The Economist», найгострішими з-поміж усіх інших видань, що включені до вибірки: «The Independent», «New York Times», «AlJazeera», «Daily Mail», «The Guardian», «CNN», «Reuters», «Huffington Post», «The Washington Post», «The Telegraph», «Forbes» [93].

У 2016–2017 рр. у виданні «Investgazeta.ua», яка з 2016 р. функціонує як «блогерська платформа лідерів думок», що розвиває ідеї закритої в 2014 р. «Инвестгазет-и», існував ще один тип оглядів, у яких джерельну базу було обмежено одним виданням – «The Economist-ом». Ідеться про матеріали блогу Д. Дубілета під типовими назвами: «5 тезисов из последнего журнала “The Economist”» (Инвестгазета. 2016. 14 ноябр.); «Топ-5 материалов недели в журнале “The Economist”» (Инвестгазета. 2016. 28 нояб.); «Самое интересное в журнале “The Economist” за последнюю неделю» (Инвестгазета. 2017. 13 янв.) (разом було надруковано п'ять таких оглядів). Розпочинаючи свій проєкт, Д. Дубілет зазначав, що британський тижневик став його «пристрастю», журналом, який він читає щосуботи (Инвестгазета. 2016. 14 нояб.). За цей час блогер оприлюднив 25 матеріалів «The Economist-a», які торкалися подій у США (політика президента Трампа), Азії (Індія, Південна Корея, про роль ворожок і шаманів в політиці азійських держав), Африці (Зімбабве, Нігерія), Південній Америці (Венесуела), технологічних новинок (застосування 3d принтерів у військовій справі, можливості голосового спілкування з комп'ютерами, наркоторгівля тощо). Такі персональні зацікавлення є важливим свідченням всеохопності тематики британського тижневика, нестандартності підходу до висвітлення подій (дослідження про ворожок і шаманів в азійській політиці було спровоковане скандалом із президентом Південної Кореї, що опинився під впливом релігійної секти). Адже вміння бачити проблему ширше,

екстраполюючи її на все суспільство, – характерна риса редакційної політики «The Economist-a».

У другу групу об'єднано огляди преси, в яких обмеження задані не лише конкретним часовим проміжком, а й однією темою. Такі огляди представлено як у форматі дайджесту, так і у вигляді аналітичного огляду, де автор шляхом логічних переходів від одного оригінального матеріалу до іншого вибудовує свій текст. Типовим тематичним дайджестом є матеріал, який підготував Т. Кузьмов під назвою «Зарубіжна преса про події в Україні: розмаїття однастайності» (Дзеркало тижня. 2006. 29 лип.), в якому автор послідовно подав фрагменти текстів редакційних та авторських статей не лише із «The Economist-a», а й з «Guardian», «Financial Times», «The Washington Post» та «Le Monde», відтворивши у такий спосіб панораму оцінок і висловлювань провідних пресових видань щодо політичної ситуації в Україні.

Прикладом тематичного огляду може слугувати матеріал «Спасет ли сланцевый газ Европу от России? – иностранные СМИ», надрукований у журналі «Корреспондент» у номері від 15 липня 2012 р. До цього огляду зарубіжних пресових видань про події в Україні автор також увів «The Economist» як одне із джерел. Як правило, редакції українських часописів обирали для таких оглядів «гарячі» теми, серед яких, наприклад, президентські вибори в США, розмови українських політиків вищого рангу із зарубіжними колегами. Не залишилася непоміченою, зокрема, розмова президента Трампа з президентом Зеленським. Огляд преси з цього приводу організувала К. Гончарова, назвавши його «“Ласкаво просимо до українського болота”: що західні ЗМІ пишуть про розмову Зеленського і Трампа» (Детектор медіа. 2019. 26 вер.).

Здійснений аналіз показав, що найбільше оглядів преси української тематики сконцентровано в період загострення суспільно-політичної ситуації в Україні. Найбільша частотність подачі оглядів була зумовлена Революцією гідності 2013–2014 рр., російською окупацією Криму та війною на Донбасі. Упродовж листопада 2013 р. – жовтня 2014 р. в аналізованих засобах масової

комунікації було опубліковано сім оглядів у форматі дайджесту з включенням фрагментів оригінальних текстів «The Economist-a».

Важливо в контексті нашої проблематики звернути увагу на інформаційно-аналітичні-матеріали, до аргументаційної бази яких включено рейтинги та індекси «The Economist-a». Саме ці інформаційні та інформаційно-аналітичні повідомлення про рейтинги та індекси становлять осердя масиву цитувань. У випадку з Україною здебільшого їх варто приймати як інструмент критики влади, адже позиції України в цитованих рейтингах були невтішними, до того ж часто виявляли низхідні тенденції.

Рейтинг добробуту країн за індексом Біг-Мака, який запровадив власне «The Economist», неодноразово потрапляв на шпальти українських пресодруків. Його дані наводилися також і в «Голосі України», наприклад, у матеріалі «Добробут країн визначили за індексом Біг-Мака. Україна серед найдорожчих» (Голос України. 2017. 9 груд.), заголовок якого не потребує жодних коментарів. Газета наводила також дані про місце України в рейтингу британського тижневика «Індекс демократії–2019», де зазначалося, що, порівняно з рейтингом 2018 р., країна піднялася на шість пунктів, отримавши 78 із 167 місць (Коротко. Голос України. 2020. 23 січ.).

Від 1999 р. на сторінках газети «День» почали з'являтися рейтинги «The Economist Intelligence Unit», а також інших міжнародних організацій, які використовують авторитетні аналітичні дані дослідницької служби британського тижневика. Першим серед опублікованого в «Дні» був індекс корупції, що розраховується «Transparency International» на основі аналітичних матеріалів 12 провідних аналітичних структур. Цей індекс було наведено в публікації «Як вилікувати Україну від корупції» авторства вже згаданого нами О. Плотнікова (День. 1999. 30 берез.). Опертя на рейтинги «The Economist-a» знаходимо в матеріалі Агентства гуманітарних технологій щодо неефективності економічних реформ під назвою «Хворобливі “пацієнти” і наполегливі “лікарі”» (День. 1999. 21 жовт.).

На цьому тлі вирізняється стаття Л. Рябокони «Слабка ланка», в якій авторка не лише навела дані рейтингів, а й дослідила рівень надаваних населенню житлово-комунальних послуг, корупцію й антисанітарію, які призвели до того, що Київ посів останнє місце в рейтингу європейських столиць (День. 2004. 18 верес.). 38-ма позиція України в «Індексі інновацій» «The Economist Intelligence Unit» спонукала В. Герасимчук розвинути цю тему в матеріалі «Фармацевти, харчовики та хіміки – найвинахідливіші» (День. 2004. 23 жовт.). Авторка розглянула проблему в комплексі, навівши дані про недостатні обсяги фінансування наукових установ, акцентувала на кадровій проблемі, «відтокові мізків», підкріплюючи свої тези міркуваннями академіка В. Кордюма. Через рік, 17 вересня 2005 р., В. Герасимчук знову звернулася до цієї ж теми «Індексу інновацій» у зв'язку з отриманим від одного з українських винахідників листа про неймовірні труднощі при оформленні патентів в Україні, розкривши цю проблему у статті під назвою «Заявку подав – і три роки можна про неї не думати» (День. 2005. 1 верес.).

Варто відзначити й інші матеріали «The Economist-a», які базуються на підставі індексів: конкурентоспроможності міст світу, рейтингу демократичних країн, країн – енергетичних імпортерів, всесвітній індекс миролюбності, інноваційний індекс, найдружніших до екології міст («European Green City Index»), індекс конкурентоспроможності сфери ІТ, привабливості міст для ділових подорожей, рейтинг найнестабільніших держав, рейтинг за показниками підприємницької діяльності, рейтинг найбільш недооцінених валют світу, найдорожчих міст світу та ін. До слова, індекс Біг-Мака став настільки популярним, що газета «День» розрахувала за його прикладом і методикою свій індекс борщу (наприклад: День. 2012. 12 жовт.).

Важливість сприйняття таких рейтингів демонструє ситуація, яка склалася навколо індексу найпривабливіших для життя міст світу, де Київ опинився на 131-й позиції (зі 140). Це викликало обурення мера Києва В. Кличка, який офіційно запросив редактора «The Economist Intelligence Unit» Дж. Копстейка відвідати Київ і особисто впевнитися в тому, що його оцінка української

столиці необ'єктивна. Звернення підтримала Посол України у Великій Британії Н. Галібаренко [189].

Доволі часто українські масмедіа застосовували комплексний підхід, тобто подавали декілька аналітичних матеріалів своїх журналістів з опертям на дані «The Economist-a». Наприклад, Delo.ua, долучившись до висвітлення гендерної проблематики загалом і до обговорення теми жінок в політиці та бізнесі, 25 лютого та 11 березня 2018 р. опублікував дві статті – «Скляна стеля: найкращі і найгірші країни для праці жінок» (25 лют.) і «Як змінилась роль жінок в бізнесі» (11 берез.), що містили як опертя на відповідні рейтинги «The Economist-a» (до слова, порівнявши їх з оригінальними текстами, можемо стверджувати, що це були довільні переклади.)

Пошук в електронній базі видання дав змогу виявити шість публікацій «Голосу України» з посиланнями на матеріали британського тижневика: 2013 р., 2017 р., 2018 р. – по одній публікації, 2019 р. – дві публікації. Зокрема, І. Іценко ввів статтю з «The Economist-a», присвячену Волинській трагедії 1943 р., до тижневого огляду публікацій західної преси під назвою «Завжди з українсько-польських конфліктів користав хтось третій». Журналіст зазначав, що тижневик з посиланням на авторитетних експертів привертав увагу до «глибших історичних коренів згаданої трагедії, насамперед до політики польської влади в міжвоєнний період». «Вона, – зазначає газета, – стала явно антиукраїнською після смерті маршала Пілсудського в 1935 році. Українців почали виганяти з державних посад, жорстоко придушувалися виступи робітників, руйнувалися православні церкви, а їх вірників насильно примушували приймати католицизм» (Голос України. 2013. 6 лют.).

Коло проблемних публікацій з опертям на «The Economist» охоплює матеріал доктора педагогічних наук, професора О. Шпака «Вітчизняна освіта: між Apple і Android», що є рецензією на книжку В. Андрущенка «Світанок Європи» (Голос України. 2013. № 24). За словами О. Шпака, це видання – спроба інтелектуального прориву у філософській оцінці майбутнього української освіти. У своїй рецензії автор звертається до припущення «The

Economist-a», що поява високоякісних і постійно адаптованих онлайн академічних курсів, зокрема під егідою найреспектабельніших університетів, знаменує собою небачену досі трансформацію форми надання освіти.

Інформаційною «бомбою» стало свого часу інтерв'ю, яке дав тижневику «The Economist» президент Франції Е. Макрон. У ньому він ствердив, що «через брак керівної ролі США НАТО перебуває в комі, і це свідчить про смерть мозку НАТО». Реакція канцлера Німеччини А. Меркель і генерального секретаря НАТО Є. Столтенберга на ці слова французького президента стала основою журналістського матеріалу «Столтенберг та Меркель не поділяють позицію Макрона щодо НАТО», вміщеного в «Голосі України» від 9 листопада 2019 р. До слова, це інтерв'ю не залишилося непоміченим: окрім «Голосу України», його та можливі наслідки від нього обговорювалися в пресодруках «День», «Дзеркало тижня», «Український тиждень», «Новое время» тощо.

Новину про нового главу уряду Куби М. Діаса-Канеля газета «Голос України» також супроводила коментарем від «The Economist-a» щодо майбутньої стратегії нового очільника країни, який «поведе Кубу шляхом, обраним свого часу лідерами Китаю і В'єтнаму, де компартії лібералізували економіку без втрати політичного контролю. Досягнення благополуччя – це добре. Але люди не повинні платити за нього своєю свободою. Хоч уряд тепер менш репресивний, ніж раніше, він досі обмежує ЗМІ, залякує критиків і не терпить опозицію» (Кубу очолила людина не з родини Кастро. Голос України. 2018. 21 квіт.).

Проблемно-тематичний аналіз цієї вибірки дає змогу побачити типовий шаблон цитувань і покликань на «The Economist», який застосовують періодичні видання суспільно-політичного спрямування. Це, наприклад, інформація про позицію України в тому чи іншому рейтингу; новини й оцінки міжнародної політики (зазвичай у форматі констатування або ж як бекграунд чи пояснення до подій, які є основною темою публікації в українському виданні); філософсько-світоглядні оцінки здебільшого подаються через уведення до обговорення значно ширших проблемних аспектів (перважно це публікації

фахівців із певних галузей); коментарі щодо політичної ситуації в Україні подаються суто в контексті відтворення виступів відомих діячів.

У щоденній суспільно-політичній газеті «День», що виходить з 1996 р., перші публікації за матеріалами «The Economist-a» почали з'являтися від 1998 р. У статті доктора економічних наук О. Плотнікова «Стабілізацію проголосили. Але вона зникла» (День. 1998. 22 січ.) до аргументаційної бази було залучено дані прогнозів зростання економіки на 1999 р., опубліковані у виданні «Central European Economic Review», який є щорічником, зніційованим і провадженим редакцією «The Economist-a».

Загалом посилення журналістів «Дня» на британський тижневик стосуються широкого кола проблем економіки, фінансів, інвестицій. Серед цих тем назвемо, наприклад, практику Міжнародного валютного фонду, діяльність місії експертів Міжнародного валютного фонду, проблеми реструктуризації державного боргу України. Ці публікації зазвичай наповнені цифрами і фактами, що характеризують складний фінансовий стан нашої держави, економічними показниками, які враховуються міжнародними організаціями та їх вимоги, прогнози рівня падіння ВВП та рівня інфляції, а також перспективи оздоровлення української економіки. Ці матеріали переважно публікуються під рубрикою «Економіка».

Однак українських журналістів цікавив у «The Economist-i» не лише фактаж. Магістр соціології Є. Садовий цитував також особливо емоційні фрагменти про страшні реалії трудової еміграції в Чехію: «...одягнені в лахміття ... це не мексиканці – це українці ... трапляється, що побиті трупи українців підкидають до українського посольства в Празі ... сплять просто тут, на лавах ... 40–50-річні жінки з України обслуговують на трасі водіїв вантажівок...» (До «відтоку мізків» додається «відтік рук». День. 1999. 1 верес.).

Від листопада 1999 р. редакція газети «День» почала вводити до свого змістового корпусу передруки публікацій «The Economist-a», серед яких першими були матеріали, присвячені суто українській проблематиці: реформуванню економіки, критиці правління президента Л. Кучми, скандалам

із плівками, обговоренню недоліків внутрішньої і зовнішньої політики, глибокій корумпованості влади, а також українсько-російським стосункам, політичному впливу В. Путіна на Україну і Білорусь, парламентським виборам в Україні 26 березня 2006 р., проблемам зі вступом України до НАТО, висуненні В. Ющенком на посаду прем'єр-міністра В. Януковича і ймовірні наслідки цього кроку. Важливо зазначити, що ці матеріали були тісно пов'язані з актуальністю поточного моменту, а часовий розрив між появою оригінальної статті в «The Economist-i» та друком українського перекладу був менше одного тижня, що свідчило про актуальність заторкуваних тем у британському тижневику та оперативності редакції української газети.

Згодом до корпусу публікацій вказаної тематики було додано ще матеріали «європейської» проблематики, зокрема демографічні проблеми, старіння населення Європи як випробування для бюджетів європейських країн («Стара Європа. День. 2004. 5 жовт.»). Більшість із цих матеріалів було представлено під рубрикою «Світові дискусії».

Упродовж 2006–2008 рр. засобами передруків із «The Economist-a» редакція «Дня» забезпечила аналітичний супровід найважливіших подій і тенденцій в тогочасній міжнародній політиці. Фактично щотижня в рубриці «Світові дискусії» аудиторія отримувала можливість поглянути очима експертів «The Economist-a» на приховані мотиви і значення здавалося б очевидних подій. Це стосується, наприклад, антиамериканської промови В. Путіна в Мюнхені на безпековій конференції в лютому 2007 р. та її впливові на побудову системи безпеки в Європі (зокрема, на готовність Чехії, Польщі, а згодом і Великої Британії розташувати на своїх територіях системи безпеки ПРО).

Обізнаність із внутрішніми суперечностями в Європейському Союзі між так званими «прагматиками» (Франція, Німеччина) і «альярмістами» додає аналітиці тижневика всеохопності. Окремий чинник – стратегічна невизначеність Балтійських країн, хвилювання яких теж знайшли відображення в матеріалах тижневика, для об'єднання якого «The Economist» бачить не лише

антикомунізм як об'єднувальний чинник, а й як енергетику і протиракетний щит.

Важливою темою для «The Economist-a» завше була демократія та її історико-світоглядне осмислення в тісному зв'язку з важливими подіями міжнародного життя. Газета «День» відслідковувала цю тематичну павіть публікацій британського тижневика і давала можливість українському читачеві ознайомитися з їх повнотекстовими перекладами. Напружене суспільно-політичне, економічне, культурне повсякдення давало для цього достатньо інформаційних приводів. У цьому ключі необхідно виокремити статті: «Що важливіше – демократія чи стабільність?» (День. 2005. 24 трав.), що викривала режим І. Карімова в Узбекистані; «Кавказьке доміно», де йшлося про збройні зіткнення в Кабардино-Балкарії (День. 2005. 18 жовт.); «Дезінформація: старі і нові трюки», яка витлумачувала особливості технології дезінформації на «службі російських інтересів» (День. 2006. 8 серп.); «Азербайджанська нафта – більше не завжди краще» (День. 2006. 22 серп.), «Перспективи Грузії» у протистоянні з Росією (День. 2006. 21 жовт.); «Сусідня з Європою територія», що окреслювала перспективи розширення Євросоюзу в бік азійських держав (День. 2006. 31 жовт.); «Балтійські країни досі побоюються великого сусіда», де йшлося про безпеку балтійських країн – членів НАТО та аналізувалися загрози з боку Росії (День. 2006. 5 груд.); визначалися перспективи «Паморозі нової холодної війни» (День. 2006. 12 груд.); «Росія зловживає своїм енергетичним впливом» (День. 2006. 19 груд.).

Окремо варто відзначити хоч і не численні, однак важливі передруки публікацій інших зарубіжних масмедіа, які дискутують із позицією «The Economist-a». Зокрема, 28 жовтня 2008 р. редакція «Дня» під рубрикою «Світові дискусії» подала передрук опублікованої в «The Guardian» статті С. Мілна «Не смерть капіталізму, а народження нового порядку» з підзаголовком «Ліберальна модель дискредитована, ліберали в паніці: що прийде їй на зміну?», де «The Economist» був порівняний з усім відомою радянською газетою «Правда», щоправда, «неоліберальної» спрямованості. Як

вважав автор статті С. Мілн, кредитна криза поставила під загрозу не ідею капіталізму, а ідею вільного ринку, саме «laissez-faire» – принцип невтручання, який покликав до життя «The Economist» як видання. Автор називав тривогу британського тижневика «порожньою панікою та біганням по колу». До слова, публікацією цієї статті газета «День» доєдналася до світової дискусії з приводу системної альтернативи капіталізму.

Доволі цікавим компонентом змісту «Дня» були інтерв'ю з видатними діячами, де журналісти, формулюючи запитання, зверталися до змісту опублікованих матеріалів із «The Economist-a». Серед них: інтерв'ю з представником ЄС в Україні Я. Томбінським під назвою «Підписання угоди – лише кінець початку» (2013. 30 лип.), з яким спілкувалися журналісти «Дня» та учасники Літньої школи журналістики. Між іншим, Я. Томбінському було поставлено запитання, що стосувалося певних аспектів статті «The Economist-a», опублікованої в «Дні» 13 липня 2013 р. під назвою «Євразійське перетягування каната: ЄС конкурує з Росією за майбутнє східного сусідства». До слова, оригінальна стаття була опублікована в британському тижневику 6 липня, а вже через тиждень журналіст української газети М. Сірук подав читачам власний переклад статті. Цей і низка інших перекладних матеріалів із «The Economist-a» свідчать про оперативність газети і, звісно, про прагнення журналістів «Дня» призвичаїти аудиторію до читання якісної преси.

Прицільну увагу редакція «Дня» звертала на матеріали про Росію та її вплив на сусідні держави, зокрема й на Україну, і в цьому контексті оцінки «The Economist-a» займали чільне місце. До цього кейсу належить стаття О. Медведева «Головні друзі України переглядають свої відносини між собою» (2001. 30 берез.) про російсько-американські та українсько-російські відносини, до якої автор залучив дані «The Economist Intelligence Unit» щодо прогнозованих обсягів інвестицій в російську економіку.

Широко послуговувався фактажем «The Economist-a» Ю. Щербак, Надзвичайний і Повноважний Посол України, а згодом – директор Центру глобальних і регіональних досліджень Києво-Могилянської академії, автор

циклу статей у «Дні», присвячених стратегіям енергетичної безпеки України (Енергетична асиметрія. 2005. 15 листоп.), відносинам України з ЄС та НАТО (Україна – Європа: інтенсивний біг на місці. 2007. 23 берез.), українським підсумкам першого десятиріччя XXI ст. і прогнозу на майбутнє (Від «нульових» до «десятих». 2010. 12 січ.), запереченню спроб зарахувати Україну до держав, що не відбулися (Україна як failed state: міфи та реальність. 2009. 21 трав.); аналізу зовнішньої політики України (Україна в зоні турбулентності. 2009. 14 січ.); Польщі як стратегічному партнеру України (Непрочитані уроки Польщі. 2008. 20 груд.).

Зазначимо, що важливою складовою якісної журналістики є прогнозування. Покликання на прогнози редакторів «The Economist-a» щодо короткотермінових (однорічних) та довгострокових перспектив є часто застосовуваним інструментом в українських масмедіа. Як уже вказувалося, починаючи від 2009 р. в Україні виходили друком спеціальні випуски «The Economist-a» з річними прогнозами під назвою «Світ у ...». У 2009–2011 рр. такі випуски вийшли російською мовою в рамках співпраці з виданням «ИнвестГазета».

Від 2012 р. до 2020 р. співреалізатором проекту «Світ у ...» був журнал «Український тиждень». За умови збереження структури і верстки оригінального випуску до нього додавалася українська частина (приблизно 20 % загального обсягу випуску). Крім того, у випуску вміщувалася колонка «Від редактора» українського видання Д Крапивенка, що завершувався після вступного слова редактора Д. Франкліна.

У 2018 р. «The Economist» разом із журналом «Новое время» розпочав проект «Мир в ...», який реалізовувався паралельно зі «Світ у ...». Для випуску проекту «Мир у 2021» ексклюзивне право отримав журнал «Новое время».

Беручи до уваги важливість прогнозування, виокремимо матеріали журналістів «Дня», що створювалися на основі прогнозів «The Economist-a». Подавалися вони не лише як авторські (В. Жлуктенко – про перспективи розвитку світової економіки: Оптимістичний сценарій? 2002. 25 груд.;

Н. Вівчарик – про перспективи вступу України до ЄС: Експертне пророцтво. 2006. 25 лип.), а й у вигляді дайджестів чи конспектів. Прикладом цього може слугувати матеріал «Грошей більше, громадян – менше» про покращення української економіки до 2007 р. при одночасному скороченні населення країни на один мільйон громадян (2002. 12 груд.).

Реакцією на прогнози британського тижневика ділилися на шпальтах «Дня» не тільки українські журналісти та експерти, а й зарубіжні автори. Напередодні виборів у Франції директор Паризького центру вивчення та осмислення політичних рішень (CERAP) Н. Тензер спеціально для газети «День» підготував матеріал «Безпрецедентні вибори у Франції: коли настане переломний момент» (2005. 15 лют.). Він, зокрема, зазначив, що прокоментувати прогнози «The Economist-а» щодо ймовірності «наступної французької революції», спричиненої виборами президента в країні, доволі складно, оскільки ситуація непередбачувана, проте висловив сподівання на поміркованість французького електорату.

Залучення аргументації «The Economist-а» до корпусу текстів «Дня» властиве і для публікацій з інших тематичних сфер, які однак безпосередньо дотичні до української проблематики. Як-от, скажімо, стаття «Мовна антимонополія» Ю. Почтової, в якій цитовано дані британського тижневика щодо володіння європейцями іноземними мовами: «як і росіяни в СРСР, британці є найбільш лінивими щодо вивчення іноземних мов – за даними журналу “The Economist”, 66 % з них не знають жодної іноземної мови» (2001. 10 квіт.). Мовна проблематика порушувалася й у статті О. Пахльовської під назвою «Російська мова і демократія: нерозв’язана дилема історії» (2005. 15 лют.). Авторка продовжила широку дискусію про статус російської мови в Україні, скерувавши її в геополітичну і світоглядну площину та ввівши в контекст цитату із «The Economist-а» щодо головного підсумку виборів 2004 р. – глибокої кризи політичної команди Путіна, команди, яку британський тижневик назвав слабкою та примітивною.

Огляд зарубіжної преси у форматі дайджесту вийшов під назвою «Наші вибори – погляд ззовні» (2004. 2 листоп.) У ньому подано цитату з «The Economist-a» від 28 жовтня 2004 р. У цьому фрагменті тижневик відзначав наявність в Україні активної, хоча й неефективної опозиції, дещо вільнішу, порівняно з Росією, пресу та інші фактори, які дають можливість зробити висновок: «І хоч би хто став переможцем на виборах, Заходу потрібно запропонувати Україні такі стимули, яких Росія запропонувати не може, і підтримати її амбіції щодо вступу до НАТО, Світової організації торгівлі та Європейського Союзу».

Найменшим тематичний кейсом за матеріалами публікацій із британського тижневика є культурницька проблематика. Зокрема, сюди належать рефлексії «The Economist-a» на новомодну традицію клубів знайомств організовувати зустрічі в інтелектуальних середовищах, в чому тижневик добачив віяння «моди на серйозність» (Коротко/Культура. День. 2005. 10 листоп.).

Під час Всесвітнього економічного форуму в Давосі 20–22 січня 2015 р. британський тижневик було зараховано до десяти найвпливовіших світових ЗМК, до якої також увійшли: «Bloomberg Business», «Financial Times», «Wall Street Journal», BBC News (World), «Harvard Business Review», «The New York Times», CNN Breaking News, BBC Breaking News, Reuters Top News (Телекритика. 2015. 23 січ.).

Також у цьому контексті важливими є міркування Г. Почепцова: «високою довірою користуються «The Economist», «Reuters», BBC, а от CNN, Fox News чи соціальні медіа знаходяться в полі недовіри» (Детектор медіа. 2018. 4 лют.). Так само висловився і Ю. Соколов у статті «Український феномен», опублікованій у «Дзеркалі тижня» (2009. 16 трав.): «у світі існує не надто багато авторитетних журналів і видавництв, які користуються майже абсолютною довірою. У галузі економіки і статистики до їх числа належить “The Economist”. Видавництво “The Economist Newspaper Ltd”, окрім періодики, щорічно видає довідник “Світ у цифрах”, який давно вже став бестселером і регулярно перекладається».

Висновки до розділу 3

Інтегрування «The Economist-a» до інформаційного простору України увиразнилося в обговоренні ефективності його типологічної моделі для українського медійного середовища. Відомий у західному світі авторитетністю, впливовістю і прибутковістю, чутливістю до аудиторних вимог, демонстрацією ефективної інтеграції в інтернет-середовище та соціальні мережі, результативністю маркетингових стратегій, «The Economist» утвердився в Україні серед медійних, ділових і політичних кіл як взірць якісної, інтелектуальної і незалежної журналістики. Однак не всі спроби вкоренити досвід «The Economist-a» в українському медіапросторі були вдалими. Насамперед необхідною умовою сприйняття журналістики такого рівня була готовність аудиторії до розуміння її контенту на проблемно-світоглядному рівні, тобто наявність ерудованого середнього класу, готового платити за якісний інформаційно-аналітичний продукт. Окрім того, забезпечення функціонування такого видання вимагало підготовки висококласних економічних журналістів.

Як взірць типологічної моделі, «The Economist» розглядався насамперед для ділових видань, однак жоден із задекларованих проєктів в Україні не був реалізований. Наслідкування структурно-тематичного шаблону видання, яке рівною мірою поєднує якісну політичну та економічну аналітику в одному виданні, вимагає численного професійного штату й особливої аудиторії, чії запити здатні охоплювати таке широке коло проблем, навіть якщо їх обмежити національним масштабом. Окрім того, неупередженість викладу може бути забезпечена винятково загальною свободою преси в країні і відсутністю корупції, що в умовах процвітання джинси та олігархічних медіа є нереальним.

З метою виявлення аргументаційної та фактографічної бази з «The Economist-a» в масиві журналістських текстів українських засобів масової комунікації було сформовано довільну вибірку з українських загальнонаціональних видань, куди увійшли газети і журнали (тижневики) з

найбільшими накладками у своїх категоріях: «Україна молода» (1991–2019), «Голос України» (1991–2019), «День» (1996–2019); «Сьогодні» (1997–2019); щоденні ділові газети «Инвестгазета» (1995–2014, 2017–2019), «Дело» (2005–2019), «Экономические известия» (2004–2012), «Коммерсант Україна» (2005–2014); щотижневі суспільно-політичні журнали «Кореспондент» (2002–2019), «Фокус» (2006–2019), «Український тиждень» (2007–2019), «Новое время» (2014–2019), «Дзеркало тижня» (1994–2019); щотижневі ділові газети і журнали «Бізнес» (1992–2019), «Контракти» (1990–2019).

Інтегровані до контенту українських ЗМК журналістські матеріали дали можливість українській аудиторії отримати якісний аналіз і ґрунтовну аргументацію щодо подій, які можуть мати вплив у глобальному та міжнаціональному контекстах, та водночас ознайомитись зі ставленням світових медіа до українських реалій. Щоденні видання ділового спрямування зосереджувалися на економічній та фінансовій тематиці, зокрема на розвитку ринків і галузей промисловості, банківській справі, проблемах управління економікою, новітніх технологій, маркетингу і менеджменті, розподілі ресурсів, аналізі інвестиційного клімату, ринках збуту.

Однак найбільша частка згадувань у новинних блоках припадала на рейтинги та індекси «The Economist» та «The Economist Intelligence Unit». Стосовно передруків, то, наприклад, для «Українського тижня» орієнтовна частка матеріалів на політичні теми становила 58 %, матеріалів економічної тематики – 16 %, про нові технології та ін. – 26 %. Отже, публікацій на економічні теми найменше, що, власне, руйнує міф про те, що «The Economist» – журнал вузькоспеціалізований, монотематичний. Левова частка припадає на політичну аналітику, суттєво менше – на інші рубрики, зокрема на новини технологій.

Цитовані і передруковувані матеріали, присвячені українським подіям, відтворюють широку палітру міжнародних політичних та економічних взаємин і тенденцій. Особливу вартість мають ті, що присвячені темам, які не охоплені українськими ЗМІ, зокрема аналізу подій на інших континентах – у Південній Америці, Африці, Азії, значення яких у глобальному вимірі сьогодні лише

зростає. Велику увагу приділено китайській економіці, діяльності міжнародних корпорацій, глобальній банківській системі, валютним ринкам. Окрім того, відтворені на шпальтах «The Economist-a» і передруковані в українських виданнях статті охоплюють найважливіші технологічні новини і тенденції, які безпосередньо вплинули на економіку, банківську сферу, політичне життя, охорону здоров'я, подолання бідності, корупції, глобальні екологічні виклики. У світоглядно-філософському сенсі ці матеріали збагатили українського читача взірцями журналістики в руслі світових суспільних дискусій про трансформацію і подальшу долю суспільно-економічних систем – капіталізму і соціалізму, про роль демократії в контексті стабільності. Чимало публікацій присвячено світовим лідерам, які вплинули на політичний та економічний процес, питанням освіти, менеджменту, культурі, літературі.

Тематика передруків часто пов'язана з проблемно-тематичним спрямуванням інших матеріалів номера і формувала з ними тематичний вузол. При цьому в деяких випадках такий передрук міг бути опорним для розкриття теми, а іноді – доповнювати оригінальні публікації українських пресодруків. З переходом українських засобів масової комунікації в онлайн такі зв'язки читач отримав змогу відстежувати через активні гіперпосилання з одного матеріалу на інший, а також на оригінальну статтю в «The Economist-i». Зокрема, від 2014 р. така практика запроваджена на порталі Delo.ua, в газетах «День» і «Дзеркало тижня». Також було виокремлено пов'язану із «The Economist-ом» тематику, що найчастіше обговорювалась на професійних сайтах. Це досвід тижневика щодо запуску передплати на цифровий контент, інформація щодо зміни власності, прибутків, управлінських рішень, зміни головних редакторів, продажу акцій тижневика тощо. Було наголошено на такому важливому аспекті зближення видання з аудиторією як персоналізація дискурсу «The Economist», зокрема через постать редактора Е. Лукаса, який сьогодні позиціонується в Україні як експерт із питань міжнародної політики та безпеки в європейському регіоні.

РОЗДІЛ 4

«THE ECONOMIST»: РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ УКРАЇНИ У СВІТОВОМУ ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРИ

Упродовж тривалого виходу британський тижневик «The Economist» неодноразово звертався до української теми. Особливо важливими для нас є згадки про Україну в ключові моменти її історії XIX–XX ст. Хоча комплексно український дискурс цього журналу не був предметом вивчення, окремі реакції на драматичні моменти української історії знайшли своє висвітлення в публіцистиці і працях сучасних авторів. До найбільш резонансних прикладів необхідно зарахувати описаний у статті М. С. Коллі «Чому ми так страждаємо?» в газеті «День» (2008. 21 листоп.) випадок із трьома статтями професора Дж. Мелькена про Голодомор в Україні, які в жовтні 1932 р. були написані для тижневика «The Economist», після чого він з редактором В. Лейтоном був викликаний на розмову до радянського посла Майського. Цей факт набув розголосу в контексті відзначення роковин трагедії в 2008 р.

Вивчення образу України в зарубіжних ЗМК утворило нині потужний напрям у таких галузях, як соціальні комунікації, політологія, іміджелогія тощо. Відбуваються наукові форуми, круглі столи, як-от «Вплив ЗМІ на імідж України у світі» (2004), на яких розгорнуто обговорюються проблеми впливу шаблонів і стереотипів та упередженості у висвітленні української тематики, а також наголошується на поверховості уявлень цільових аудиторій про Україну.

Здобутки інших дослідників у вивченні образу України в європейській та американській пресі в окремі роки і на тлі конкретних подій здатні значно збагатити сьогоденне дослідження української проблематики у «The Economist-i», оскільки дають чимало підстав для гіпотез і висновків, пошуку паралелей і зіставлень. Цей ракурс дасть можливість підтвердити слідування загальним тенденціям того часу або ж навпаки – ствердити індивідуальний

підхід «The Economist-a» щодо кожного із значущих аспектів відображуваного українського сьогодення на тлі інших засобів масової комунікації.

Перший сплеск зацікавлення тоді ще Українською РСР в західноєвропейській пресі був зафіксований після Чорнобильської катастрофи в 1986 р. У числі від 10 травня 1986 р. «The Economist» теж озвався матеріалом «Nightmare in the Ukraine, cold sweet in the Kremlin» («Нічний кошмар в Україні, холод в Кремлі»). Це зазначив у дослідженні «Посилення негативного іміджу України на Заході у зв'язку з політичною кризою» О. Бутирський [31]. Наступна хвиля припала на роки після здобуття Україною незалежності, коли вона постала як самостійна держава і самостійний об'єкт на шпальтах, а не в контексті політики і подій в СРСР.

Наближення факту української незалежності було доведено на зустрічі журналістів із Головою Верховної Ради України Л. Кравчуком 22 серпня 1991 р. На ній були присутні кореспонденти Радіо «Свобода», газет «Star Tribune», «Independent», «Daily Telegraph», «Washington Post», «Baltimor Sun», «Guardian», Радіо ВВС. Текст інтерв'ю Л. Кравчука опублікувала газета «Голос України» [108]. На цей момент «The Economist» не мав власного кореспондента в Києві, однак у вересні 1991 р. ситуація змінилась, про що свідчить підпис «від нашого київського кореспондента» під заголовком статті «Coming alive» («Оживаючи») (1991, 7 верес.).

Численні дослідники й експерти помітили незначну присутність України на перших шпальтах впливових зарубіжних медіа. Т. Водотика і Є. Магда пояснювали це тим, що «молода держава з малозрозумілими перспективами закономірно справляла мінімальний вплив на глобальні світові процеси та стабільно тривалий час мало кого цікавила взагалі» [45]. Разом із тим висловлювалася думка, що це є ознакою «стабільності українського суспільства, його поступального розвитку».

Увесь досліджуваний у цьому розділі емпіричний матеріал було поділено на три групи за хронологічним принципом. Кожен із параграфів відповідає ключовому етапу в історії України: перший – від здобуття незалежності до

подій, що передують Помаранчевій революції (1991 р. – жовтень 2004 р.); другий – Помаранчева революція – події, які передують Революції Гідності (листопад 2004 р. – листопад 2013 р.); третій – від Революції Гідності до сьогодні (грудень 2014 р. – 2019 р.).

4.1. Від проголошення незалежності до Помаранчевої революції (1991–2004 рр.)

Висвітлення в «The Economist-i» періоду від 1991 р. до листопада 2004 р. охоплює важливі події в новітній історії України (вихід зі складу Радянського Союзу, Акт проголошення незалежності України 24 серпня 1991 р., Всенародний референдум за незалежність України 1 грудня 1991 р., шахтарські страйки, президентські та парламентські вибори, ухвалення Конституції України 28 червня 1996 р.). Політичні та економічні кризи, міжнародні взаємини України з сусідніми державами та західними партнерами, організаціями та блоками є ключовим для розуміння місця нашої держави в європейському і глобальному просторі. Саме в цей період були закладені ті тематичні пріоритети, які відстежує тижневик і донині. Крім того, спосіб інтерпретації подій першого десятиріччя незалежності дає уявлення про сформовані західними ЗМІ шаблони в українському питанні, спершу в контексті колишнього пострадянського простору, зокрема Росії, а згодом – як самостійного гравця на світовій арені.

Публікації в «The Economist-i» відображають той шлях, який пройшла Україна від статусу колоніальної республіки у складі СРСР до незалежного суб'єкта. Перші згадки про Україну губляться в численному масиві публікацій про події, що призвели до розпаду СРСР. Світ був занепокоєний не лише політичною нестабільністю в регіоні, який ще вчора був ворогом у холодній війні, а й економічними наслідками можливого розпаду Союзу. Чимало таких

публікацій з'явилося у розділі «Business» («Бізнес»). У числі від 5 жовтня 1991 р. у статті «Undermining» («Підрив») тижневик висловлює занепокоєння загрозливими для Заходу наслідками розвалу командної економіки, зокрема впливом на ринок експорту металу.

Перехідний період у сприйнятті України як окремої держави проявився і в одночасному існуванні в межах одного номера рубрик «Україна» і «Радянський Союз». Остаточо про Україну як незалежну державу тижневик почав писати з грудня 1991 р. – після оголошення результатів всенародного референдуму про незалежність.

Прикметним є початок статті «And now, Ukraine» («А тепер – Україна») (1991. 7 груд.): «1000 миль на схід (від Маастріхту. – З. Г.) ще одна європейська держава, Україна, звільнилася від розпаду Радянського Союзу. На відміну від тендітних Балтійських держав, найновіший європейський потомок – сильний викидайло (bouncer), який народився зі стисненою в руках ядерною зброєю і вже вимагає до себе політичної й економічної уваги. Декому в Маастріхті прихід України є небажаним відволіканням від основних завдань побудови якнайтіснішої (західно)європейської сім'ї. Однак майбутня стабільність і процвітання Європи будуть залежати від того, як західноєвропейські дорослі демократії ставитимуться до держав-підкидьків біля своїх східних дверей».

Численні заголовки в 1993–1994 рр. сповнені песимізму щодо української державності: «Dead again?» («Знову мертва?») (1993. 2 жовт.), «Ukraine on the brink» («Україна над прірвою») (1993. 2 листоп.), «The birth and possible death of a country» («Народження і можлива смерть країни») (1994. 7 трав.), «The mythic state» («Міфічна держава») (1994. 7 трав.). Атмосферу, в якій Україна здобула незалежність, тижневик називав «фарсом». «Вона все ще може закінчити трагічно», – зазначається у статті «The birth and possible death of a country» («Народження і можлива смерть країни») (1994. 7 трав.). Це демонструє загальну тенденцію низки світових ЗМІ щодо висвітлення української проблематики в той час. Навіть у 2000 р. колишній посол США в СРСР (1987–

1991 pp.) Дж. Метлок у статті, опублікованій у «New York Review of Books», назвав Україну «Nowhere Nation» («Нація нізвідки») [359].

Упродовж 1991 р. – жовтня 2004 р. в «The Economist-і» опубліковано 158 статей із таким розподілом за роками: 1991 – 8, 1992 – 18, 1993 – 24, 1994 – 19, 1995 – 8, 1996 – 5, 1997 – 11, 1998 – 10, 1999 – 15, 2000 – 10, 2001 – 15, 2002 – 5, 2003 – 3, до жовтня 2004 р. – 5 статей. Ці матеріали були присвячені різним аспектам становлення незалежності держави, насамперед аналізу політичного та економічного становища в країні.

Місце публікації в структурі кожного номера враховувала значущість її змісту та інформаційного приводу для загальноєвропейського чи світового контексту. Найчастіше статті української тематики входили до розділу «Європа» поряд із публікаціями, що присвячені іншим європейським країнам. Назви рубрик були ситуативними, як правило, синхронізованими із назвами країн. У нашому випадку в назвах рубрик переважав концепт «Україна», впродовж 1991–1992 pp. – «Soviet Union» («Радянський Союз»), а також «The ex-Soviet Union» («Колишній Радянський Союз»). Тижневик також практикував спільні рубрики, як-от: «Україна і Росія» (1992. 1 лют.), «Україна і Грузія» (1999. 6 листоп.).

В одному числі матеріалів на українську тематику могло бути декілька. До прикладу, в числі від 20 січня 2001 р. в розділі «Європа» вийшло два матеріали, які тематично не пов'язані один з одним, – «Ukraine's bitter diaspora» («Гірка діаспора України») (2001. 18 січ.) та «Schemes and scandals in Ukraine» («Схеми і скандали в Україні») (2001. 1 січ.). Перший матеріал є радше роздумами над проблемами представників української діаспори в Україні, які, на відміну від представників інших діаспор, не залучені до політичного процесу і з розчаруванням сприймають навколишню ситуацію, що, на думку тижневика, ускладнюється упередженнями до вихідців із діаспори як нащадків націоналістів. Зміст другого матеріалу відтворений в його ліді: «Одна з найбільших країн в Європі втягнена у пекельний скандал, який може знищити реформи, бути загрозою незалежності і повернути її в орбіту Росії». На основі

інформаційного приводу – оприлюднених майором Мельниченком плівок, які свідчать про замовне вбивство журналіста Г. Гонгадзе, – тижневик глибоко аналізує політичну кризу в Україні та прогнозує можливі шляхи виходу із неї. Короткий виклад подій, яким тижневик надавав особливого значення у світовому порядку денному останніх семи днів, у жанрі інформаційної замітки потрапляв до рубрики «Politics this week» («Політичні події тижня»).

Надалі значення таких вагомих подій тлумачилося в розгорнутих матеріалах наступних рубрик. Приклад такого поетапного інформаційно-аналітичного трактування події засвідчує число «The Economist-a» від 12 грудня 1998 р. У рубриці «Politics this week» («Політичні події тижня») було вміщено інформацію про те, що «колишній український прем'єр-міністр, який хотів бути президентом, Павло Лазаренко, був заарештований у Швейцарії і звинувачений у шахрайстві та відмиванні грошей». Це повідомлення скеровувало читачів до статті з розділу «Європа» під назвою «Is it catching Russian flu?» («Підхопили російський грип?»), у якій йшлося про фінансові наслідки для України економічної кризи, що мала місце в Росії 1998 р. (падіння гривні, зростання зовнішнього боргу, проблеми з отриманням чергового траншу МВФ), а також про те, як можуть вплинути на вихід із кризи результати президентських виборів у жовтні наступного року. Пишучи про ймовірних кандидатів на пост держави, тижневик лише на завершення статті згадує про П. Лазаренка, який не може стати учасником цих перегонів через ув'язнення.

Іноді таких матеріалів у межах одного розділу могло бути кілька. Крім того, події, що торкалися різних контекстів і могли мати різноплановий вплив, потрапляли до різних рубрик. Чим важливішою була подія для європейського і світового контексту, тим глибшим і проблемно розширеним було її висвітлення на шпальтах видання.

Події особливої ваги насамперед обговорювалися в редакційних статтях розділу «Leaders». Так, інформація про результати всенародного референдуму про незалежність 1 грудня 1991 р. спершу була вміщена в рубриці «Politics this week» («Політичні події тижня»), відтак стала об'єктом аналізу в передовій

статті «And now – Ukraine» («А тепер – Україна»), а згодом отримала розвиток у матеріалі «Minus Ukraine» («Мінус Україна») під рубрикою «Soviet Union» («Радянський Союз») (1991. 7 груд.). У числі тижневика від 7 травня 1994 р. вийшов огляд («Survey»), присвячений Україні, обсягом 18 сторінок у вигляді вкладки з окремою пагінацією. До огляду ввійшло сім статей: «Fault lines» («Лінії розламу»), «How to wreck an economy» («Як зруйнувати економіку»), «The anatomy of the beast» («Анатомія звіра»), «The birth and possible death of a country» («Народження і можлива смерть країни») (1994. 7 трав.), «Wanted: a leader» («Розшукується: лідер»), «Where the wild things are» («Там, де трапляються дикі речі») (1994. 7 трав.). Отже, важливість українських подій для світового контексту можна визначити і мірою уваги, яку приділяв цей авторитетний тижневик для їх висвітлення і глибиною опрацювання в різних рубриках.

Висновки Т. Водотики і Є. Магди про те, що висвітлення української тематики періоду розпаду СРСР і перших місяців та років незалежності було пов'язане з доведенням чи, навпаки, сумнівами щодо легітимності України як державного утворення [45], абсолютно відповідають опублікованому в «The Economist-i» контенті. Які події не ставали б інформаційними приводами для публікацій (страйки шахтарів, ядерна зброя тощо), заключні тези публікацій і висновки були відгомонам цієї набагато ширшої проблеми.

Перші матеріали зі згадками про Україну були вписані в контекст розвалу Радянського Союзу і становлення незалежних держав на посткомуністичному просторі. «Пробуджуйся, Європо, і зустрічай нових сусідів!» – закликав анонімний автор тижневика у статті «The Big one» («Велика») (1991. 23 листоп.). У переддень референдуму тижневик прогнозував, що коли більшість проголосує за незалежність, це означатиме кінець не лише майже 75-річному перебуванню під комуністичним режимом, а й століттям російського домінування над Україною.

«Понад триста років Україна фігурувала на картах як частина російської імперії, і решта світу приймала поблажливий російський погляд на українців як

менших братів, які розмовляють на діалекті російської мови, яка насправді є не ближча до російської, аніж датська до німецької», – наголошував «The Economist» у статті «The mythic state» («Міфічна держава») (1994. 7 трав.). Автор тижневика вказував на велику проблему українців – відсутність причин почуватися в безпеці. «Їм бракує таких єднальних факторів, як єдина Церква і мова. Століттями їхня земля була полем битви інших потуг. Україні завжди нагадували, що в неї немає союзників і мало друзів», – наголошувалося у цитованому матеріалі.

Разом із тим тижневику доводилося долати географічну необізнаність своєї цільової аудиторії, постійно акцентуючи об'єктивні характеристики – кількість населення та розмір території, порівнюючи її з іншими більш відомими їм державами світу: «...така ж за розміром і кількістю населення, як Франція...», «...більша аніж інші (республіки колишнього СРСР. – З. Г.), за винятком Росії», «...більша ніж Литва, Латвія й Естонія разом узяті, але менша за воюючі частини Югославії», «...одна з найбільших країн в Європі», «це найбільша країна Східної Європи поза межами Росії», «вдвічі більша ніж Італія з понад 50 млн населення». Хоча більшість наведених фрагментів належать до публікацій 1991–1994 рр., навіть на третьому десятку української незалежності проблема залишається актуальною. Це засвідчив і редактор міжнародного відділу «The Economist-a» Е. Лукас в інтерв'ю газеті «День», підтвердивши недостатню обізнаність читачів Великої Британії з Україною, оскільки наша держава не є частиною їхнього життя (День. 2011. № 152.).

Легітимності українській державності в очах читачів додають факти про багаторічну боротьбу України за незалежність, наведені, наприклад, у статті «Ukraine edges back» («Україна прямує до прірви») (1994. 19 листоп.), визнаючи її історичну тяглість і заперечуючи закиди про Україну як про країну, що не має жодних прав на окремість. У контексті цієї проблематики відзначимо також статтю «Message to Kiev» («Послання Києву») (1992. 8 лют.), де засуджено невпевненість західних держав щодо невідворотності української незалежності, яка втілилась у відомій київській промові Президента США Дж. Буша у серпні

1991 р. Причину помилок Заходу в оцінці України «The Economist» вбачав у неспроможності сприймати її відокремлено від Росії. Разом із тим у цитованій статті висловлювалося занепокоєння надто надмірною, на думку автора, увагою в Україні до плекання символів державності, а також радилося більше турбуватися про ефективність реформ.

У 1994 р. «The Economist» зазначав, що Україна «припливла» до незалежності на хмарах ілюзій, як стверджувалося у статті «The birth and possible death of a country» («Народження і можлива смерть країни») (1994, 7 трав.). «Це надзвичайно амбіційний державотворчий проект, Югославія навпаки, успішність якого потребує доведення», – цитує автор тижневика професора української історії Гарвардського університету Р. Шпорлюка. «The Economist» представляє Україну як штучне утворення, яке об'єднало не тільки українські області Росії і Польщі, а й угорців Закарпаття, і румунів Буковини, тож головним завданням визначено спроможність країни переконати Росію в тому, що Україна не є її законною частиною.

У статті «The mythic state» («Міфічна держава») (1994. 7 трав.) тижневик подав читачам українське трактування історії нашої держави. Аналогічні стислі огляди історичного змісту характерні й для інших матеріалів «The Economist-a», що слугують важливим джерелом знань про Україну.

Амбівалентність ставлення громадян України щодо її місця у світі розглядається як наслідок розколу між індустріалізованим, більш русифікованим Сходом і «націоналістичним», більш сільськогосподарським Заходом. Ця тема ввійшла до українського дискурсу «The Economist-a» ще з часів відтворення подій, пов'язаних із шахтарськими страйками 1993 р. «Україна поділена між промисловим російськомовним сходом і більш войовничим націоналістичним заходом. Східні лідери страйкують проти надмірного впливу, який, на їхню думку, мають західні націоналісти на уряд», – зазначалося у статті «The eastern threat» («Східна загроза») (1993. 19 черв.). Хоча етнічні українці складають понад 70 % населення, століття російського панування суттєво вплинули на національну свідомість, особливо у Східній

Україні. Важливо, що в статті «Dream on» («Продовжувати мріяти») (1992. 1 жовт.) тижневик зараховує до чинників впливу три найбрутальніші події століття: сталінську примусову колективізацію, сталінські переслідування інтелігенції, нацистську окупацію.

Уявлення про історію України та її сучасний стан підсумувала в 1997 р. журналістка «The Economist-a» А. Райд у книзі «Borderland: A Journey through the History of Ukraine» («Пограниччя: Подорож через історію України») [380]. Варто вказати, що в 2015 р. ця праця була перевидана і вважається нині найкращою книгою для іноземців, які хочуть ознайомитися з Україною.

Ф. Сисин у відгуку на цю працю, опублікованому в 1998 р. в авторитетному виданні «Journal of Ukrainian Studies Review», стверджував, що авторка «створила чудовий звіт про сучасне і минуле України, тісно переплетене з її географією і народом. Оскільки праця не повністю досягла успіху в амбіційному плані групування культур та історичних оповідей, в кожному звіті місця і змалювання деяких мешканців ці невдачі, так само як і випадкові історичні помилки й огріхи, можуть бути пробачені в цьому амбіційному починанні» [404].

У перші роки української незалежності тижневик часто писав про економічний потенціал країни як про «житницю всього Радянського Союзу», обґрунтовуючи це визначення тим, що Україна нараховувала понад четвертину загального виробництва зерна в Радянському Союзі, а також характеризував Донбас як конгломерат вугільної і важкої промисловості, що зафіксовано в статті «The big one» («Велика») (1991. 23 листоп.).

У цей же час «The Economist» порівнював економічну ситуацію України і Росії, при цьому наголошуючи на кращих умовах праці шахтарів в Україні, ніж на шахтах Сибіру. Цю проблему висвітлено у статті «Undermined» («Підірваний») (1991. 30 берез.). Водночас у статті «Gloom, not doom» («Похмурий, але не приречений») (1992. 28 листоп.) Україна постала як одна з колишніх радянських республік, що ухилилася від реформ у той час коли Росія

«кинулася» назустріч їм, і це стало причиною падіння життєвих стандартів в Україні.

Проблеми врожаю 1992 р. розглядалися в публікації «Against the grain» («Проти вітру») (1992. 15 серп.), де особливо акцентовано на практиці примушування селян продавати частину врожаю державі за цінами, нею ж і встановленими. Проблеми виходу України з карбованцевої зони опинилися в центрі уваги публікації «Change at last» («Нарешті зміна») (1992. 21 листоп.).

Економічні труднощі, засилля корупції та затяжна політична криза стали підставою для тижневика назвати Україну «нешасною», що відбулося в статті «Intrigue versus reform» («Інтрига супроти реформи») (1996. 24 груд.), та «бідною» («Viktor Yushchenko, Ukraine's faint hope» («Віктор Ющенко, слабка надія України») (2000. 14 трав.)). «...нешасна, доведена до жебрацтва Україна, замучена кумівством, некомпетентністю й авторитаризмом, сумнозвісна політичними вбивствами, темними скандалами і корупцією», – так писав про Україну тижневик у 2001 р.

Докладний аналіз ідеологічного зрізу українського суспільства в публікаціях відсутній. З усього розмаїття політичних переконань, які панують у країні, найчастіше згадуються націоналісти і комуністи. Розкриваючи їх роль у здобутті незалежності України, тижневик назвав погляд націоналістів на державу як доіндустріальний, звернувши увагу на їх надмірне зацікавлення у «прапорах і армійській уніформі, символах незалежності, аніж в економічній могуті» («The birth and possible death of a country» («Народження і можлива смерть країни») (1994. 7 трав.).

Окрім слабкої економіки, до негативних факторів української реальності тижневик зараховує «слабку громадянську активність, шалену корупцію, покірну пресу» («Schemes and scandals in Ukraine» («Схеми і скандали в Україні») (2001. 1 січ.). До позитивних зрушень віднесено «хитро» проведені переговори про зовнішній борг у 2000 р., збільшення валютних резервів, скорочення річного рівня інфляції з 377 % п'ять років тому до близько 20 % за

останніми підрахунками, і виявляє зростання економіки на 6 % за 2000 р. («Schemes and scandals in Ukraine» («Схеми і скандали в Україні») (2001. 1 січ.).

Матеріали тижневика дають нам чітке розуміння того, якою саме хотіли б бачити Україну провідні країни: «З добрим урядом і крихтою везіння це міг би бути стабільний, процвітаючий сусід країнам Європейського Союзу», однак «вона ризикує стати місцем бідності, злочинності і хвороб» («Anatoly Kinakh» («Анатолій Кінах») (2001. 9 серп.).

Велике психологічне навантаження мають заголовки матеріалів: «Schemes and scandals in Ukraine» («Схеми і скандали в Україні») (2001. 1 січ.), «Dead again?» («Знову мертва?») (1993. 2 жовт.), «A new Crimean war?» («Нова Кримська війна?») (1992. 1 лют.), «Muddling along» («Плутаючись на шляху») (1996. 4 трав.), «Dream on» («Дрімуючи далі») (1992. 7 жовт.), «Galloping towards the brink» («Галопом до прірви») (1993. 3 лип.), «Good intentions» («Добрі наміри») (1994. 15 жовт.), «Grim choices» («Зловісний вибір») (1999. 8 лип.), «Hopes depart, worries return» («Надії покинули, тривоги повернулись») (2001. 3 трав.), «Ill health all round in Ukraine» («Погане здоров'я по усій Україні») (1997. 26 черв.), «Intrigue versus reform» («Інтрига супроти реформи») (1996. 24 груд.), «Ukraine's grim choice» «Гнітючий вибір України» (1999. 23 жовт.), «Plenty of plots, not much reform» («Багато розмов, а мало реформ») (2000. 19 жовт.), «Sick Ukrainians» («Хворі українці») (1994. 8 жовт.), «The birth and possible death of a country» («Народження і можлива смерть країни») (1994. 7 трав.), «The eastern threat» («Східна загроза») (1993. 19 черв.), «Ukraine edges back» («Україна прямує до прірви») (1994. 19 листоп.), «Ukraine on the brink» («Україна над прірвою») (1993. 2 листоп.), «Viktor Yushchenko, Ukraine's faint hope» («Віктор Ющенко, слабка надія України») (2000. 14 трав.), «Where the wild things are» («Там, де трапляються дикі речі») (1994. 7 трав.), «The anatomy of the beast» («Анатомія звіра») (1994. 7 трав.), «How to wreck the economy» («Як розвалити економіку») (1994. 7 трав.). Деякі заголовки застерігають: «A new nuclear state» («Нова ядерна держава») (1993, 12 черв.). Виняток становлять оптимістичні заголовки: «Birth of a nation» («Народження нації») (1996.

14 груд.), «Change at last» («Нарешті зміна») (1992. 21 листоп.), «Hope at last» («Нарешті є надія») (1994. 24 верес.). Повчального змісту заголовки: «Message to Kiev» («Послання Києву») (1992. 8 лют.), «Time to scratch» («Час спам'ятатися») (1995. 25 берез.). Непевність висловлює заголовок статті «Ukraine's two minds» («Подвійне мислення в Україні») (1999. 3 черв.), співчуття – «You'd be nervous living next to a bear» («Ви б теж нервували, якби жили поруч з ведмедем») (1993. 15 травн.).

Не менше значення для сприйняття читачами інформації мають ліди, що несуть у собі негативістське забарвлення і свідчать про упереджене ставлення до України: «Врівноважений новий український прем'єр навряд чи зупинить гниття» («Schemes and scandals in Ukraine» («Схеми і скандали в Україні») (2001. 1 січ.); «Одна з найбільших країн світу втягнута у зловісний скандал, який може зупинити реформу, загрожувати незалежності і повернути її в орбіту Росії» («Schemes and scandals in Ukraine» («Схеми і скандали в Україні») (2001. 1 січ.); «Вуличні протести не склали загрози українському президенту. Але вони наблизили країну в обійми Росії» («To Russia with love» («До Росії з любов'ю») (2001. 5 берез.); «Відставка найбільш реформаторськи налаштованого уряду за всю українську історію є справою поганою. Спосіб, в який це було зроблено, ще гірший. Але перспективи на щось краще жахливі» («Hopes depart, worries return» («Надії покинули, тривоги повернулись») (2001. 3 трав.), «Нещодавні події в Україні малюють небувало похмуру картину країни» («Plenty of plots, not much reform») («Багато розмов, а реформ немає») (2000.19 жовт.); «Заміна жахливого прем'єр-міністра похмурич чиновником дає мало надії на те, що справи в Україні стануть хоча б трохи менш жахливими» («Viktor Yushchenko, Ukraine's faint hope» («Віктор Ющенко, слабка надія України») (2000. 14 трав.); «Незалежна Україна відродилась в атмосфері, яка межувала з фарсом. Це ще може закінчитись трагедією» («The birth and possible death of a country» («Народження і можлива смерть країни») (1994. 7 трав.); «Україна є прикладом того, як не треба реформувати економіку» («How to wreck the economy» («Як розвалити економіку») (1994. 7 трав.); «Україна є

амбіційним проєктом у державотворенні, яка ще мусить довести свою успішність» («The birth and possible death of a country» («Народження і можлива смерть країни»)) (1994. 7 трав.); «Лише одна річ може зупинити розпад України: економічна реформа» («Where the wild things are» («Там, де трапляються дикі речі»)) (1994. 7 трав.). Отже, наголос зроблено на неспроможності, невдачі, відсутності перспективи. Разом з тим трапляються ліди повчального змісту: «Час українцям менше клопотатися про символи державності і більше про швидкість реформ» («Message to Kiev» («Послання Києву»)) (1992. 8 лют.). Оптимістичні ліди становлять незначну меншість: «...уперше за три роки незалежності новини з цієї нещасної країни покращали» («Ukraine edges back» («Україна прямує до прірви»)) (1994. 19 листоп.).

Економічна проблематика на шпальтах «The Economist-a» охоплює широке коло питань, яке тижневик розглядає на конкретних прикладах. Серед них – приватизація, висвітлена, зокрема, на прикладі приватизаційного аукціону у Львові, про що йшлося у статті «Almighty profits» («Всемогутній прибуток»)) (1993. 27 лют.), відсутність коштів на закупівлю необхідних комплектуючих на Харківському машинобудівному заводі та повільне становлення банківської системи в Україні, зокрема становище компанії «Електрон» у Львові, яка виготовляє телевізори, приватизація його і заснування «Електрон-банку», відкриття авіаліній, чартерні рейси на Багами, що висвітлювалося у статті «Wonderland» («Країна див»)) (1993, 13 лют.) тощо.

Загалом тижневик неодноразово відзначав непривабливість української економіки для інвесторів. Докладно ця проблема висвітлена в статті «Where some would fear to freed» («Де бояться бути вільними»)) (1993. 16 січ.). У матеріалах часто йдеться про необхідність реорганізації державного сектору економіки, логічність реструктуризації підприємств згори перед тим, як приватизувати їх знизу. Зокрема, у статті «We have a plan» («У нас є план»)) (1992. 3 жовт.) відзначено, що теоретичні дебати не мають жодного стосунку до реальної української економіки, яка не демонструє реальних кроків до ринку. При цьому заручником ситуації тижневик визначає заплановану до запуску

національну валюту. Автор статті підкреслював, що коли «безглузді дії уряду призведуть до гіперінфляції, то навряд чи українські громадяни знайдуть заспокоєння в гарно поданих національних монументах, які прикрашають українські банкноти».

Аналізуючи три фази посткомуністичної трансформації, запропоновані З. Бжезінським, «The Economist» у статті «The birth and possible death of a country» («Народження і можлива смерть країни») (1994. 7 трав.) зробив висновок, що Україна станом на 1994 р. не розпочала і першої фази, в той час коли Польща уже перейшла до другої. Україна й далі керується старою радянською конституцією, поділ влади між законодавчою і виконавчою владою недосконалий, парламент, обраний 1990 р., не переобирався до березня 1994 р. Партія влади, як стверджує тижневик, створила таку економічну систему, яка стала ще більш неефективною, аніж стара командна економіка СРСР.

У статті «Muddling along» («Плутаючись на шляху») (1996. 4 трав.) тижневик наголошував на слабкості реформаторів, корупції, на повільному ході приватизації. При цьому кількома роками раніше «The Economist» вказував, що деякі реформатори в Києві розраховують на те, що шанс для радикальних економічних реформ настане тільки після того, як невдала поточна політика штовхне Україну в крайню кризу, що відзначено в статті «Message to Kiev» («Послання Києву») (1992. 8 лют.). Реформаторський поступ, який очікувався від призначення прем'єр-міністром України В. Ющенко, визначено у статті «Viktor Yushchenko, Ukraine's faint hope» («Віктор Ющенко, слабка надія України») (2000. 14 трав.) як «один крок вперед... і один назад».

«The Economist» вважав у той час, що Україна є прикладом того, як не варто реформувати економіку. Про це йдеться, наприклад, у статті «How to wreck the economy» («Як розвалити економіку») (1994. 7 трав.). На думку тижневика, неминучим є момент, коли економічний колапс стане причиною політичного неспокою в країні.

Найскладнішою з усіх, які полишив СРСР у спадок Співдружності незалежних держав, «The Economist» назвав проблему армії. Про те, що очікує

військо в майбутньому, як відбуватиметься розподіл між національними державами, йшлося в матеріалі московського кореспондента під назвою «Divvying up the red menace» («Долаючи червону загрозу») (1992. 22 лют.). Серед трьох країн, які запроваджуватимуть власні війська, крім стратегічних сил, що залишаються під об'єднаним командуванням, згадується й Україна. Розглядався, зокрема, можливий розмір майбутньої національної армії та проблема розподілу наявного військового оснащення. Ця ж проблема, а конкретніше – пов'язані з нею питання, що були предметом обговорення на зустрічі глав держав СНД 14 лютого 1992 р., стали темою публікації «Of war and peace» («Миру і війни») (1992. 15 лют.). Аналізується мета зовнішньої політики України: «Як і Польща, вона прагне стати частиною Європейської Співдружності. Намагання отримати дипломатичне визнання є першим кроком до такої мети».

Проблема ядерної зброї почала обговорюватися на сторінках тижневика з перших місяців незалежності України. Як зазначав «The Economist» у статті «The big one» («Велика») (1991. 23 листоп.), умовою дипломатичного визнання України Заходом мають бути запевнення щодо її ставлення до договору СТАРТ, який обмежує американську і радянську ядерну зброю в Європі. Також у матеріалі «A new nuclear state» («Нова ядерна держава») (1993. 12 черв.) йдеться про те, якою мірою Україна може в разі залишення на її території ядерної зброї контролювати її, а також про три шляхи утримання Україною статусу ядерної держави, про великі сподівання Заходу на президента Л. Кравчука і недостатню впевненість у твердості його позиції щодо без'ядерного статусу.

Через шість із половиною років після аварії на ЧАЕС журнал знову звернувся до проблеми безпеки атомних електростанцій у Східній Європі, що засвідчено в статті «Chernobyls-in-waiting» («В очікуванні Чорнобилів») (1992. 15 серп.). Завдяки промовистому заголовку цілком зрозуміло, про що йдеться в цьому матеріалі-пересторозі.

Важливість українсько-російських взаємин для європейської безпеки розглядалася в тижневику як одне із найважливіших питань зовнішньої політики України. У статті «Ukraine and Georgia Russia loses» («Україна і Грузія, які Росія втрачає») (1999. 6 листоп.) «The Economist» стверджував, що без України Росія перестане існувати як імперія, принаймні в Європі, та пише про Україну як про вирішального учасника геополітики Європи. У статті «Ukraine and Russia seal a deal» («Україна і Росія підписали угоду») (1997. 5 черв.) Україну названо віссю західної політики щодо колишнього Радянського Союзу.

Тижневик висловив сподівання, що найбільш споріднені слов'янські народи «в старому Радянському Союзі будуть спроможні йти окремими дорогами в мирі». Ці надії, що з погляду сьогодення аж ніяк не виправдалися, висловлені у вже відзначеній нами статті «The big one» («Велика») (1991. 23 листоп.).

У статті «A new Crimean war?» («Нова Кримська війна?») (1992. 1 лют.) визначено чотири проблеми, які роз'єднують Росію й Україну. По-перше, Кримський півострів. По-друге, Співдружність незалежних держав (СНД), про що президент Л. Кравчук стверджував, що це утворення не повинно бути державою, а лише можливою асоціацією. По-третє, – це економічні відмінності. По-четверте, проблема армії. Жоден із цих конфліктів, вважав тижневик, не може бути швидко розв'язаний. На його думку, враховуючи спільну історію, уряд Єльцина вирішив пригасити конфлікти з Україною, оскільки розумів можливі ризики. При цьому все ж наголошувалося, що російський парламент мав іншу позицію.

У публікації «Pipe dreams» («Мрії про трубу») (2001. 5 квіт.) ішлося про російські інвестиції в українському енергетичному секторі. Зіставляючи можливості західних і російських інвестицій, тижневик акцентував їх вражаючу нерівність: «У той час, коли західні інвестори втікають від конфронтації з українськими заводами і бюрократами, що переслідують їх, російські компанії

мають політичну підтримку, досвід і доступ до дешевої енергії, щоб змусити їх працювати краще – або хоча б не гірше».

Щодо політичного впливу, то в статті «The Economist-a» «Doing the normal thing» («Розблячи нормальні речі») (2001. 21 черв.) зазначено, що Росія робить усе можливе для того, щоб розколоти реформістські сили в Україні. У цьому контексті тижневик розглядав і зміщення з посади міністра закордонних справ Б. Тарасюка на користь проросійського за поглядами А. Зленка «Plenty of plots, not much reform» («Багато розмов, а мало реформ») (2000. 19 жовт.). «Українська демократія, яка дає тріщини, а також нерішуча українська незалежність можуть обидві опинитися в небезпеці», – це твердження з прицілом на майбутнє, здійснене на основі докладного аналізу політичних реалій того дня повинне було б спонукати політичну владу до висновків і рішучих дій.

Підкреслюючи важливість українсько-російських відносин для всього західного світу, тижневик водночас акцентував, що «для росіян, які хочуть могутньої Росії, контроль над Центральною Азією і Кавказом є недостатнім... Щоб утримати російські позиції як Євразійської потуги, а не лише Азійської, їм потрібна Україна і доступ, який вона дає до решти Європи. Без України, бояться вони, ймовірна імперська Росія виглядатиме як Візантійська імперія останніх своїх днів, від якої відрізано найцінніші західні провінції і яка приречена на смерть, що несуть зі собою набагато динамічніші сили зі сходу». Тижневик підкреслював, що було б добре, якби Росія все ж прийняла той факт, що Україна повинна існувати та існуватиме як незалежна національна держава («Russia and its neighbours: Frost and friction» («Росія та її сусіди: мороз і тертя») (2000. 28 верес.).

Така ж наполеглива думка простежується й у статті «Poland and Russia: Fear of Putin» («Польща і Росія: страх Путіна») (2000. 20 берез.), в якій головною ідеєю є те, що Росія мала б прийняти реальність Української державності і визнати українські кордони. Насправді реальність, як визначав тижневик, полягала в тому, що Росія розглядала Україну, Білорусь, Балтійські держави як

частину своєї історичної сфери впливу, тож мала на меті запобігти будь-якому розширенню НАТО з їх участю.

Велику роль у можливому поверненні України до Росії тижневик відводить самому українському урядові, який у цьому плані робить велику послугу російським неоімперіалістам, що обрали своєю новою тактикою видимою бездіяльністю. Пересторогою є фраза, висловлена автором статті «The birth and possible death of a country» («Народження і можлива смерть країни») (1994. 7 трав.): «Власний український уряд робить усе можливе, щоб знищити будь-яку надію на те, що життя в незалежній Україні може стати кращим, ніж було під російським пануванням». У цьому журнал вбачав причину того, що російськомовні східні українці голосують на парламентських виборах за комуністів. «Вони голосували не за ідеологію, а за надію возз'єднання з Росією» («The birth and possible death of a country» («Народження і можлива смерть країни») (1994. 7 трав.). Разом з тим у цитованій статті висловлюється припущення про те, що відновлення зв'язків із Росією є одним зі способів врятувати українську економіку.

Про маніпулятивне використання відносин із Росією з метою передвиборної агітації і про фундаментальні розбіжності в цьому питанні між Західною і Східною Україною йдеться в матеріалі «The anatomy of the beast» («Анатомія звіра») (1994. 7 трав.). Тижневик висловлював у цій статті занепокоєння позицією блоку Л. Кучми, який неодноразово стверджував, що оскільки світ не зважає на Україну, то вона повинна неминуче підтримувати свої історичні зв'язки з Росією. Це дає підстави «The Economist-у» сумніватися у тому, чи насправді Україна хоче бути незалежною.

Джерела напруги в українсько-російських відносинах перших двох років незалежності проаналізовано в матеріалі «Fault lines» («Лінії розламу») (1994. 7 трав.). Одним із найпроблемніших таких джерел напруги були ядерні ракети, а саме 1800 стратегічних ядерних боеголовок, які Україна успадкувала від Радянського Союзу. У статті розглядалися проблеми ратифікації підписаного Л. Кравчуком в Лісабоні Протоколу до «Договору про скорочення та

обмеження стратегічних наступальних озброєнь» (1961 р.), а також визначалася роль, яку відіграв у цьому процесі «страх перед Росією», висловлювалися сподівання на більшу увагу світу до України в разі наявності в неї ядерної зброї. У матеріалі йшлося також про вплив Міжнародного валютного фонду, Світового Банку і тієї ж Росії на реалізацію Україною без'ядерного статусу, оцінювалася реальність обіцянок Росії утримуватися від економічного тиску і поважати незалежність, суверенітет та чинні кордони України. У цій публікації розглядаються джерела українсько-російського напруження в Криму: боротьба за контроль над Чорноморським флотом і питання самої Кримської Автономії. Коренем кримської проблеми тижневик назвав економічний чинник: «Якби кримчани були на 5 % багатшими від людей, що живуть уздовж російського кордону, вони були б щасливі залишитися в Україні».

Суперечки двох країн з приводу Криму, спричинені прийняттям кримським парламентом ухвали про приєднання півострова до Росії, лягли в основу публікації «Charge of the heavy brigade» («Заряд важкої бригади») (1993. 17 лип.). Можливі перспективи цих відносин тижневик описував як «тривалий, їдкий, можливо, кривавий і, зрозуміло, ядерний диспут».

Кримська тема була продовжена й у матеріалі «Warnings from Massandra» («Попередження з Масандри») (1993. 11 верес.), де йшлося про домовленості між Л. Кравчуком і Б. Єльциним на зустрічі 3 вересня 1993 р. Коротко суть їх розмов тижневик висловив так: «Російський лідер, напрактикувавшись у мистецтві політичного скандалу в Москві, дав п. Кравчуку прикурити так, що той не забуде ніколи». Не акцентуватимемо гостроти викладу інформації – матеріали тижневика якраз і відрізнялися вмінням журналістів чітко проговорювати факти, не «одягаючи» їх у дипломатичні шати. У статті коротко окреслено основні переваги й недоліки досягнутих домовленостей (продаж військових кораблів і оренда порту Севастополь у рахунок боргу за газ), наведено цитати з висловлювань діячів української опозиції (В. Чорновіл), а також підкреслено роль українського парламенту в реалізації цих

домовленостей. Масандра вкотре підтвердила неабиякий вплив Росії на республіки колишнього СРСР – саме так було резюмовано порушену проблему.

«Відносини з Росією завжди були, є і будуть нашим найвищим пріоритетом», – цитував українського президента Л. Кучму автор статті «Nice and nicer» («Гарний і ще гарніший») (1995. 8 квіт.). Однак відколи Кучму обрано президентом, відносини з Росією погіршилися, а зі Заходом, за висловом журналіста, «драматично кращають». Про скасування Верховною Радою України Конституції та деяких законів Автономної Республіки Крим і прийняття закону «Про Автономну Республіку Крим» йшлося у цьому ж матеріалі, де також було розглянуто указ Л. Кучми про підпорядкування кримського парламенту Києву. Це дало можливість тижневику знову згадати про розбіжності між позиціями російського парламенту і російського уряду щодо української проблеми.

Як приклад зіпсованих російсько-українських економічних відносин «The Economist» навів діяльність харківського моторобудівного заводу «Серп і Молот» у статті «Wonderland» («Країна чудес») (1993. 13 лют.). Однією з причини розриву економічних зв'язків між колишніми радянськими республіками тижневик вважав абсолютну відсутність ефективної банківської системи.

Констатуючи швидке погіршення відносин між двома країнами в 1992 р., тижневик заторкував питання територіальних претензій. Він зазначав, що Росія першою оголосила територіальні претензії до України, де проживали 11 млн російськомовних громадян, одразу після проваленого перед тим московського путчу. Російський парламент 166 голосами проти 13 постановив переглянути законність передачі М. Хрущовим півострова Крим під юрисдикцію України у 1954 р. і закликав український парламент зробити те ж саме. «Дві країни, схоже, йдуть на конфронтацію, і якщо вона обернеться насильством, то всі інші війни, що ведуться на території колишнього Радянського Союзу, здаватимуться тренувальними вправами».

Тижневик не виключав військової конфронтації між Україною і Росією, хоча розумів, що Україна уникатиме розпочинати бій із велетенським, потужно озброєним сусідом, що було б безглуздо, як наполягав тижневик. У статті «A new Crimean war?» («Нова Кримська війна?») (1992. 1 лют.) стверджував, що існує багато свідчень невиліковності російської «імперської хвороби». Російська повільність у прийнятті української незалежності була для журналу чітко зрозумілою, оскільки «російська історія починається в Україні, в державі, яка називалась Київською Руссю». «The Economist» схвалював рішення Б. Єльцина пригасити конфлікти з Україною, однак «російський парламент своїм нерозумінням можливого ризику ще залишає журналові причини для хвилювання». Не оминув тижневик мовчанкою і факт призначення В. Черномирдіна послом в Україні. Витлумачення цієї події, подане в статті «To Russia with love» («До Росії з любов'ю») (2001. 5 трав.), містило думки опозиційних парламентарів, зокрема Т. Чорновола, який назвав це призначення «повною зупинкою української економічної незалежності».

«The Economist» присвятив серію публікацій Співдружності незалежних держав, так званому СНД. Зокрема, в матеріалі «What's behind Yeltsin's new Commonwealth» («Що стоїть за новою співдружністю Єльцина») (1992. 4 січ.) було проаналізовано три найбільші проблеми, що стосувалися СНД: збройні сили, економіка і влада Росії. Щодо першої Україна фігурувала як така, що прагнула створити власну армію, а також претендувала на весь Чорноморський флот. У сфері економіки Україна протестувала проти надто швидкої лібералізації цін в Росії. Володіючи пресом для друкування грошей, Росія могла залишити Україну в карбованцевій зоні без карбованцевих знаків. Тож країни – члени СНД планували запроваджувати власну валюту, а Україна на той час вже випускала купони для обігу лише у своїй країні як прелюдію до введення власних грошових знаків. Хоча теоретично всі члени СНД рівноправні, однак Росія обіймала більше половини населення цього утворення. Всі країни були згодні з тим, щоб Росія успадкувала місце постійного члена Ради Безпеки ООН, однак не погоджувалися, щоб Росія була означена законним спадкоємцем

СРСР. Щодо України, як зазначав автор тижневика, то вона, «недовірлива у своєму ставленні до Росії», мала інтерес, щоб Співдружність якнайдовше залишалася розпливчастою. Все це, а також недовіра до центральної влади впродовж 70 років комуністичної ідеології, означало, що Співдружність може перетворитися щонайменше лише на клуб для обговорення проблем. При цьому автор зазначив, що СНД таки мала певні заслуги перед колишніми радянськими країнами: забезпечила швидку смерть СРСР, а також запропонувала до обговорення проблеми, передані у спадок Радянським Союзом країнам-спадкоємцям.

Описуючи перспективи партнерства України, тижневик у статті «Disorienting Ukraine» («Дезорієнтуючи Україну») (1996. 1 лют.) вважав, що Україна цілком може розраховувати на подання для вступу у НАТО. І далі говорилося, що багато росіян будуть вважати це підтвердженням експансії НАТО, який «ніколи не мав на меті стабілізувати Східну Європу», як проголошувалось, але був лише засобом «оточити Росію». Або ж Україна, «копаючись і пронизливо волаючи», буде засмоктана в оборонний пакт СНД, звісно, з домінуванням у ньому Росії. Ще одна версія журналіста, як він сам і зазначив, – правдоподібніша: Україна «може бути небезпечно залишена у підвішеному стані між Заходом, що розширяється, – по один бік і більш милітаризованою Росією – з іншого.

Наприкінці 1992 р. – на початку 1993 р. «The Economist» подав цікаву добірку статей під назвою «The homecoming» («Ті, що повертаються додому») (1992. 26 груд.) про східноєвропейську діаспору. «Сьогодні світ усіх цих європейців змінився, і багато з них повертаються у Східну Європу. Вони можуть принести із собою добрі речі: навички капіталіста, гроші для інвестицій. Вони знають, як працює демократія, як повинна поводитися вільна преса, які права має гарантувати демократична конституція і не мають скомпрометовані зв'язки зі старим режимом. Як політики, вони можуть піднятися вище від старих сварок і поділів». При цьому зазначено, що вони можуть принести і клопоти: «Екзильні політики, особливо ті, що покинули

країни перед Другою світовою війною, мають часто містичні спогади і мало відповідні політичні погляди».

Був у цій добірці й матеріал, присвячений українській діаспорі, яка проживає в Канаді і США. Зокрема, подано короткі відомості про три хвили еміграції, їхню чисельність тощо. У статті «Ukraine's bitter diaspora» («Гірка діаспора України») (2001. 18 січ.) вказувалося, що після оголошення незалежності країни чимало представників діаспори стали прибувати до Києва. Їх вплив був здебільшого культурним. Вони привозили українські книжки, організовували гастролі груп бандуристів у ті райони України, де мало звучала автентична українська народна музика. Вони також долучалися до роботи економічних міністрів в українському уряді. У тижневику відзначено також роль Фондації Сороса в розвитку країни в перші роки незалежності. Це, зокрема, організація Ради консультантів президента Л. Кравчука, яка складалася переважно з представників діаспори. При цьому тижневик неодноразово звертав увагу на поглиблення розбіжностей між владою і діаспорою. Однією з причин він називав негативне ставлення діаспори до трактування Л. Кравчуком України як держави, що побудована не за етнічним, а територіальним принципом. Крім того, тижневик помітив неприйняття українською діаспорою США і Канади амбівалентного ставлення влади в Україні до свободи преси і слова, до небажання децентралізувати економіку. У свою чергу український уряд, вважаючи єдність і стабільність у суспільстві важливішими від ідей демократії, звинувачував діаспору в нерозумінні труднощів, що постали перед новою нацією. Тижневик пояснював, що загострення досягло апогею влітку 1992 р., коли, звертаючись до канадської та американської діаспори, Л. Кравчук наголосив, що зарубіжні критики уряду ризикують бути вигнаними з країни. Важливими були висновки «The Economist-a» про те, що, по-перше, «це був зловісний знак не лише для діаспори, а й для української демократії», по-друге, «те, як уряд ставиться до діаспори, в майбутньому може стати хорошим критерієм здоров'я українського політичного розвитку».

Неодноразово у «The Economist-i» йшлося про долю національних меншин, зокрема етнічних німців, які примусово були вивезені з родючих степів Південної України від часів Катерини II до Центральної Азії. У публікації «Back to an unknown homeland» («Назад до невідомої батьківщини») (1992. 29 серп.) тижневик змушений був акцентувати: «Україна для них не ідеал, але для цих людей вона видається найкращою з-поміж багатьох альтернатив. Німеччина далеко, вона вже для них не така рідна, підозрілива, ворожа, їх ламана німецька, радянська освіта не дозволять їм легко влитися в німецьке суспільство».

Міжетнічні конфлікти початку 1990-х рр. на території колишнього СРСР (Молдова, Південна Осетія, Абхазія, Нагірний Карабах, Таджикистан) стали темою для аналізу національного складу миротворчих сил СНД, які відряджались у регіони. Московський кореспондент, автор статті «Imperfect peace» («Недосконалий мир») (1992. 14 листоп.), виявивши переважання російського етнічного елемента в їхньому складі, а також враховуючи інтереси Росії в кожному з цих конфліктів, наголошував: «В ідеалі миротворці співдружності повинні були б приходити з країн, не втягнених у безпосередній конфлікт: українці мали б увійти в Таджикистан, узбеки – в Молдовію і т. ін.».

Релігійна ситуація в Україні була предметом обговорення в матеріалі «God's war» («Господня війна») (1992. 7 лист.). У цій статті розглянуто ситуацію навколо православних Церков в Україні, окреслено можливості їх об'єднання та охарактеризовано реальну ситуацію. Висновок автора статті стосується тієї ж проблеми, яку ми вже обговорювали: найвища драма, яка характеризує сучасну релігійну війну в Україні, полягає в ідентифікації України як незалежної держави та її відносинах з Росією.

У 2001 р. «The Economist» наводив паралелі між Україною, Білоруссю і Молдовою. Цю лінію простежено у статті «A new misery curtaine» («Нова завіса бідності») (2001. 3 трав.). «Хоча демократія і ринок пустили глибокі корені в багатьох посткомуністичних країнах Європи, ці три республіки, що колись формували західний фланг Радянського Союзу, дедалі більше занурюються в

спіраль авторитаризму і загнивання. Після десятиліття незалежності це нещасливе тріо є хаосом», – йдеться в останній публікації. Паралелі, віднайдені журналістом тижневика й докладно розписані в статті «Ukraine and Georgia: Russia loses» («Україна і Грузія: втрати Росії» (1999. 4 листоп.), стосувалися специфіки виборчого процесу в Україні та Грузії. Відносини влади й опозиції віддзеркалені в матеріалах «Anatoly Kinakh» («Анатолій Кінах») (2001. 9 серп.), «Schemes and scandals in Ukraine» («Схеми і скандали в Україні») (2001. 1 січ.), «To Russia with love» («До Росії з любов'ю») (2001. 5 берез.), «Hopes depart, worries return» («Надії покинули, тривоги повернулись») (2001. 3 трав.), «The anatomy of the beast» («Анатомія звіра») (1994. 7 трав.). Цинічним назвав тижневик у статті «Anatoly Kinakh» («Анатолій Кінах») (2001. 9 серп.) застосування влади проти опозиціонерів у березні 2001 р. Особливо наголошувалося на тому, що влада не виявляла жодних знаків толерантності до опозиції. Ця ж проблема влади в Україні, проблема лідерів обговорювалася в контексті політичних подій, зокрема взаємин у векторі «влада – опозиція». Відзначено також, що оприлюднені записи майора Мельниченка «озвучили лідерів країни як компанію лайливих головорізів» («Anatoly Kinakh» («Анатолій Кінах») (2001. 9 серп.).

Важливою характеристикою інформаційно-аналітичних журналістських матеріалів «The Economist-a» була персоналізація українського дискурсу, яка отримала декілька форм. Передовсім це широка палітра образів політичних діячів та учасників політичного, економічного і громадського процесів (урядовці, народні депутати та ін.). Ще одна проявилася у творенні персоналізованого експертного середовища (економісти, журналісти, фахівці різних галузей, на думку яких посилаються журналісти). Третя форма – це громадяни, які безпосередньо на собі відчувають наслідки реформ і діяльності політиків та уряду.

До найяскравіших політичних образів цього періоду, обговорюваних у тижневикі, варто зарахувати президентів України Л. Кравчука та Л. Кучму. Крім того, найчастіше у статтях цього періоду згадуються В. Ющенко,

В. Янукович, Ю. Звягільський, Ю. Єхануров, Л. Деркач, П. Лазаренко, В. Фокін, Ю. Мешков, В. Масол, В. Медведчук, О. Мороз, Ю. Кравченко, П. Симоненко, Ю. Тимошенко, В. Чорновіл, Р. Шпек, Філарет.

Щодо першого українського президента Л. Кравчука «The Economist» неодноразово наголошував, що він – колишній комуністичний ідеолог, який із неймовірною швидкістю пристосувався до нової політики, проголошуючи себе надалі «чемпіоном незалежності і демократії». Зокрема, про це йшлося у вже згадуваній публікації під назвою «The big one» («Велика») («1991. 23 листоп.». Про його «елегантне переродження» з комуніста в націоналіста йдеться в матеріалі «A new nuclear state» («Нова ядерна держава») (1993. 12 черв.). У статті «The eastern threat» («Східна загроза») (1993. 19 черв.) він змальований як «хитрий президент», який в жодній публічній промові не оминув нагоди засудити В. Чорновола і звинуватити його в загрозі незалежності України. У статті «Late Brezhnevism» («Пізній брежнєвізм») (1992. 12 верес.) зазначено, що Л. Кравчук реанімував стару систему регіональних секретарів Комуністичної партії, щоб створити мережу президентських префектів, які б йому безпосередньо доповідали потрібну інформацію. Ці президентські префекти поводитися як феодальні лорди, – акцентовано в статті «Dream on» («Мріяти надалі») (1992. 17 жовт.). Водночас колишній партійний ідеолог та атеїст обстоював союз православних церков. Можливо, як припускав тижневик у статті «God's war» («Господня війна») (1992. 7 листоп.), вбачаючи в цьому духовний відповідник свого власного пакту з українськими націоналістами. Однак його зоря стала гаснути, як тільки Україна звернула з будівництва держави на будівництво економіки, що підмітив автор тижневика у статті «Change at last» («Нарешті зміна») (1992. 21 листоп.).

Ведучи мову про Л. Кучму, тижневик називав його похмурым вибором для України («Ukraine's dismal choice» («Похмурий вибір для України») (1999. 8 листоп). Готовність Л. Кучми використовувати державні методи важкої руки підкреслювала «відмінність між ним та іншими вільно-ринковими діячами деінде у східній Європі», – вважав тижневик у статті «Change at last» («Нарешті

зміна») (1992. 21 листоп.). Українці не впевнені у тому, чи бажає він реальних змін, – наголошував автор публікації. Однак у час перебування Л. Кучми прем'єр-міністром України тижневик висловлював великі надії на цього політика, називаючи його навіть «залізною людиною», про що нагадувалося у статті «Man of iron» («Залізна людина») (1993. 26 груд.). А у статті «Dream on» («Мріяти надалі») (1992. 1 жовт.) тижневик нагадував, що цей політик обіцяв швидко трансформувати державні підприємства, яких у країні 96 %, в акціонерні компанії.

До кола експертів, на чий судження спирається тижневик в оцінках українських реалій, варто зарахувати українських економістів Б. Гаврилишина, В. Ланового, В. Пинзеника, історика Р. Шпорлюка, поетесу Л. Костенко; з-поміж зарубіжних діячів: секретаря з питань безпеки США В. Перрі, колишнього секретаря із зарубіжних справ Великої Британії Д. Оуена, економіста з Університету Дюка (США) С. Джонсона, Б. Блера з Інституту Брукінгса у Вашингтоні (США).

4.2. Від революції до революції (2004–2013 рр.)

Події Помаранчевої революції спричинили трикратне зростання кількості матеріалів про Україну у 2004–2013 рр. Щорічно в цей період на шпальтах тижневика з'являлись від 20 до 40 статей: у 2004 р. – 34, 2005 р. – 25, 2006 р. – 30, 2007 р. – 30, 2008 р. – 32, 2009 р. – 33, 2010 р. – 40, 2011 р. – 22, 2012 р. – 37, 2013 р. – 41 стаття. Значно зросла частка онлайн публікацій, зокрема у блогах: «Eastern approaches» (присвячений посткомуністичним країнам), «Europe.view» та «Certain ideas of Europe» (про загальноєвропейські події), «Johnson» (практичні аспекти функціонування мов у різних країнах), «Gulliver» (подорожі), «Prospero» (мистецтво і література), «Schumpeter» (бізнес), «Erasmus» (релігія), «Democracy in America», «Free Exchange» (економіка). У

2004 р. на онлайн-публікації припало 32 % від загальної кількості, у 2005 р. – 16 %, 2006 р. – 20 %, 2007 р. – 53 %, 2008 р. – 56 %, 2009 р. – 51 %, 2010 р. – 60 %, 2011 р. – 59 %, 2012 р. – 83 %, 2013 р. – 51 %.

Серед матеріалів друкованої версії (загалом 163 статті) найбільше публікацій у 2004–2013 рр. припадає на рубрику «Європа» – 51 %, далі йдуть редакційні матеріали («Leaders») – 13 %, рубрики: «Special reports» («Спеціальні огляди») – 6,7 %, «International» («Міжнародні справи») – 6 %, «Finance and economics» («Фінанси та економіка») – 3,7 %, «Asia» («Азія») – 1,8 %, «Science and technology» («Наука і технології») – 1,2 %, «Book and arts» («Книги і мистецтво») – 1,2 %, «Briefings» («Брифінг») – 1,2 %.

У численних публікаціях рубрики «Еуроре» («Європа») тижневик не лише максимально відтворив перебіг подій, що відбувалися у країні під час Помаранчевої революції, а й витлумачив широкий контекст того, що спричинило народний протест. Український дискурс цих революційних місяців був особливо персоналізований, перед аудиторією поставав значний шерег громадських діячів, політиків, звичайних громадян. «The Economist» відтворив не лише широке протестне полотно, а й інший бік, той, супроти якого вийшли протестувальники.

Наприклад, у числі від 27 листопада 2004 р. український контекст було розгорнено за повною схемою: від рубрики «Politics this week» («Політичні події тижня») читачів скеровано до передової статті під назвою «Ukraine on the brink» («Україна над прірвою») (1993. 2 листоп.), відтак – до двох матеріалів розділу «Еуроре» («Європа») – «The two Victors» («Два Віктори») і «A region transfixe» («Приголомшений регіон»).

На сайті тижневика (поза друкованим випуском) у ці дні також було оприлюднено матеріали: «Growing pressure for a fresh vote» («Тиск перед новим голосування зростає») (2004. 30 листоп.), «Election results frozen, talks begin» («Результати виборів заморожено, починаються перемовини») (2004. 26 листоп.), «Europe's new divisions» («Нові поділи Європи») (2004. 25 листоп.), «Is Ukraine set for conflict or compromise?» («Чи налаштована Україна на

конфлікт чи компроміс?») (2004. 24 листоп.), «Huge protests over a “stolen” election» («Масштабні протести з приводу “вкрадених” виборів») (2004. 23 листоп.), «A highly dubious result» («Дуже сумнівний результат») (2004. 22 листоп.).

Історичні аналогії й узагальнення тенденцій проявились крізь призму паралелей із революцією троянд у Грузії в статтях «Doing it his way» («Вчиняти по-своєму») від 7 лютого 2004 р. та «Colour revolutions in the former Soviet Union: A bit faded but still bright enough» («Кольорові революції в колишньому Радянському Союзі: не так яскраво, та все ще світить») (2008. 11 січ.) та сфальсифікованими виборами в Білорусі («Two Victors, only one victory» («Вікторів двоє, а перемога – одна») (2004. 19 лист.). Великі надії і підтримку демократичній опозиції тижневик висловлював також у контексті виборів у Киргизії 2005 р. («Forward on the yellow») («Вперед із жовтим») (2005. 24 лют.).

Матеріали на українську тематику 2004–2013 рр. містять численні оцінки та твердження як українських, так і зарубіжних експертів, що засвідчує глибину підходу до вивчення суспільно-політичного контексту подій та явищ. Серед українських політологів найбільш цитованими є: І. Жданов (аналітичний Центр Разумкова), Г. Немиря (КНУ імені Тараса Шевченка) та О. Гарань (Києво-Могилянська академія). З-поміж російських аналітиків у матеріалах «The Economist-а» присутня Л. Швецова.

В цей період Україна часто фігурує в компаративному тандемі з Росією. Контекстом для таких порівнянь слугує широка панорама тем і явищ. До прикладу, окреслюючи суспільну ситуації напередодні президентських виборів 2004 р., тижневик не оминає нагоди вказати, що «в Києві публічні дебати перебувають у більш здоровому стані, ніж у Москві, де парламент близький до того, щоб виконувати роль печатки для кремлівських рішень».

Навіть звертаючи увагу на соціальні проблеми, тижневик зіставляє їх вирішення в Україні із ситуацією в Росії. До прикладу, стаття «AIDS in Ukraine: Lobbying for life» («СНІД в Україні. Лобіювання в ім'я життя») (2004. 8 лип.) присвячена ситуації, що склалась щодо діяльності організацій із захисту

ВІЛ/СНІД-інфікованих осіб. Порівнюючи із скепсисом, що панує в Росії, тижневик схвалює ставлення до проблеми в українському суспільстві, при цьому називаючи позитивним чинником те, що керівництво благодійною організацією з боротьби зі СНІДом здійснює «гламурна дочка президента Леоніда Кучми – Олена Франчук». «Найвищих зірок переконували позувати з ВІЛ-позитивними друзями для рекламних кампаній», – відзначає «The Economist».

Окрім політичних подій, тижневик звернув увагу й на економічні проблеми. Зокрема, дві статті, надруковані в розділі «Бізнес» у 2004 р., стосувалися несприятливого інвестиційного клімату. У публікації «Steel crazy» («Сталево шалений») (2004. 27 травн.) йдеться про оголошені торги на завод «Криворіжсталь» та умови участі в ньому інвесторів. Тижневик вказує, що аукціон розроблений для сприяння консорціуму, сформованому двома українськими олігархами, Р. Ахметовим та В. Пінчуком. «Україну, здається, зовсім не цікавить, як її сприймають», – зазначає Р. Едвардс із московського інвестиційного банку «Ренесанс Капітал». «Для багатьох людей Україна все ще не в курсі інвестицій». Цю публікацію можна вважати прикладом коментування ситуації крізь призму експертної оцінки конкретного явища та його екстраполяції на загальний імідж України.

Постаті В. Пінчука присвячено окрему публікацію під назвою «Oligarch agonistes» («Олігарх в агонії») від 16 грудня 2004 р. Особливу увагу тижневик приділив його діяльності у сфері медіа та його впливові на аудиторію в контексті Помаранчевої революції.

Характерною рисою матеріалів «The Economist-a» є відстежування подій у розвитку і послідовність оцінок. Факт продажу заводу «Криворіжсталь» тижневик знову згадав у публікації, що, здавалося б, тематично не була пов'язана з економічною ситуацією в Україні, тим паче інвестиційним кліматом в нашій державі. На прикладі аукціону з продажу «Криворіжсталі», який був грубо сфальсифікований недопущенням до торгів іноземних фірм, що пропонували ціну в два-три рази вищу, журнал, цитуючи «спостерігачів»,

наголошує, що ці факти свідчать як про захоплення державного майна, так і створення міжкланового союзу на період після пана Кучми. Йдеться про матеріал «To which Viktor, the spoils?» («Котрому з Вікторів? Спроба спойлера») (2004. 12 серп.), присвячений прогнозуванню результатів президентських виборів 2004 р., зокрема детальному аналізу ідеологічних платформ В. Ющенко і В. Януковича та середовищ, що їх підтримують, акцентуючи на прозахідності першого кандидата і проросійській позиції другого. «Хто б не переміг, – передбачає тижневик, – буде творчий хаос. Але в порівнянні з нудним авторитаризмом російської політики це може бути непогано».

30 жовтня 2004 р. в редакційній статті «Watch Ukraine» («Дивімося на Україну») тижневик заявив, що президентські вибори в Україні можуть змінити світ. Надаючи великого значення результатам одночасних виборів у США, які вплинуть на відносини між Заходом та Близьким Сходом, результати президентських виборів в Україні не лише можуть «вплинути на майбутню карту Європи, а й відносин між Заходом та іншим, більш холодним, Сходом: Росією та її колишніми домініонами». Ця роль України для безпеки європейського континенту буде провідною думкою численних матеріалів, які супроводжуватимуть від цього моменту увесь протестний рух проти фальсифікації результатів президентських виборів у листопаді 2004 р. – січні 2005 р. і в сучасній історіографії отримав назву Помаранчевої революції. У згаданій статті також окреслюється чітке бачення тижневика щодо ролі Заходу в підтримці демократичних процесів в Україні, яке ще більше посилиться в період Революції Гідності.

Напруга другого туру виборів наростатиме і проявлятиметься в матеріалах тижневика через детальне подання фактажу, хронології дій членів виборчої комісії, засудження дисбалансу у висвітленні подій українськими ЗМК, аналізі зацікавленості Росії в перемозі проросійського кандидата тощо. Описуючи перебіг протестів, що розпочалися після оприлюднення результатів другого туру виборів та поспішного привітання В. Януковича президентом

Росії В. Путіним, тижневик детально виокремлював позиції всіх інституційних учасників – парламенту, голів фракцій, ЦВК та ін. У статті «Ukraine on the brink» («Україна над прірвою») (2004. 27 листоп.) починає з'являтися тривога з приводу можливого кровопролиття і громадянської війни між Сходом і Заходом країни. Тижневик почав активно обговорювати варіанти мирного вирішення конфлікту та прийнятних компромісів, зокрема і для європейських держав та США. При цьому «The Economist» засудив відмову від демократії і висловився за обов'язкову розбудову інститутів громадянського суспільства в Україні.

Аналізуючи суспільне тло, тижневик часто звертався до проблеми ідеологічних дихотомій (індустріальний Схід – націоналістичний Захід) (стаття «Two Victors, only one victory» («Вікторів двоє, а перемога – одна») (2004. 19 листоп.). Якщо раніше український політичний ландшафт тижневик описував персоналіями політиків, урядовців, парламентарів та експертів, то з листопада 2004 р. в матеріалах починають дедалі частіше з'являтися образи громадян як рушійної протестної сили.

Змінився й ілюстративний супровід публікацій. Портрети політичних діячів та перших осіб держави, якими ілюструвалися більшість статей, змінилися на панорамні фото центральних вулиць Києва, заповнених багатотисячними колонами і прапорами на підтримку В. Ющенка («Huge protests over a «stolen» election») («Широкі протести через «вкрадені» вибори»). (2004. 23 листоп.), а також облич учасників мітингів з помаранчевою символікою («Is Ukraine set for conflict or compromise?») («Чи налаштована Україна на конфлікт чи компроміс») (2004. 24 листоп.).

Самміт в Гаазі 25 листопада 2004 р. надав інформаційний привід тижневику для такої оцінки: «Україна є ключовим полем битви між ЄС та Росією. Вона за Францією, і з населенням майже 50 мільйонів має довгий кордон як із нещодавно розширеним Європейським Союзом, так і зі своїм колишнім радянським старшим братом. Тому дехто розглядає словесну війну за Україну як найбільший розпад між Заходом та Росією після конфлікту в Косово в

1999 р. – можливо, навіть після закінчення холодної війни з погляду ролі України для європейського континенту» («Europe's new divisions») («Нові поділи Європи») (2004. 25 листоп.). В той же час тижневик для повноти відтворення взаємин Росії і Європейського Союзу визнає, що незважаючи на політичні суперечності і руйнування довіри, вони «налагодили міцні економічні зв'язки: трохи більше половини російського експорту йде до розширеного Союзу, який у свою чергу сильно залежить від російської нафти і газу». У цьому контексті для тижневика важливо вибудувати панораму двосторонніх взаємин навколо України, зокрема її відносин із сусідніми державами: Польщею, Румунією, Болгарією, Туреччиною.

У статті «Region transfixed» («Приголомшений регіон») (2004. 27 лист.) до канви взаємин України із сусідами тижневик вводить такий важливий із його погляду фактор як російська ліберальна опозиція, при цьому стаття супроводжується ілюстрацією спільного фото Б. Немцова і В. Ющенка під час Помаранчевої революції.

Оскарження результатів виборів у Конституційному суді і повторне голосування та обрання Президентом України В. Ющенка з ретельністю висвітлювалося на шпальтах тижневика, згодом не менш скрупульозно пояснювалося щодо призначення уряду та внутрішньополітичних суперечностей серед провладних сил, а також опозиційного табору, який продовжував мати потужний вплив на Сході країни.

Від серпня 2005 р. заголовками матеріалів («Ukraine's crisis. Orange fades») («Криза в Україні. Помаранчі зблідли») (2005. 8 верес.) на українську тематику тижневик виразно сигналізував про те, що Україну охопила політична криза.

Стаття «Democracy flourishes in Kiev, but is smothered in Minsk» («Демократія процвітає в Києві, але придушується в Мінську») (2006. 28 берез.) є важливою з боку концептуального розуміння процесів, що відбуваються в Україні після Помаранчевої революції, а також їх представлення світові. Парламентські вибори в Україні 26 березня 2006 р. тижневик назвав «найбільш

вільними за всю коротку історію цієї країни». Враховуючи те, що пройшло лише 16 місяців з моменту зухвалої фальсифікації президентських виборів, яка привела до помаранчевої революції, це величезне досягнення. Підсумком публікації слугувало твердження, що українські виборці спростували думку про те, що колишні радянські слов'яни «нездатні до демократії».

Велику увагу приділяв тижневик політичній кризі в Україні після Помаранчевої революції. У статті «Ukraine's political crisis: Oranges and apples» («Політична криза в Україні: апельсини та яблука») (2006. 3 серп.) тижневик проаналізував мотиви президента України В. Ющенка, що спонукали його запропонувати посаду прем'єр-міністра своєму головному супернику: «Після чотирьох місяців торгу та взаємних ударів у спину, демонстрацій і контрдemonстрацій у Києві, в ніч на 3 серпня президентові В. Ющенку, схоже, зрештою, вдалося подолати політичну кризу, що вибухнула в Україні у зв'язку з результатами парламентських виборів. Здійснивши, принаймні в очах іноземних спостерігачів, поворот на 180 градусів, В. Ющенко погодився висунути кандидатом на посаду прем'єр-міністра Віктора Януковича – того самого підтримуваного Росією політика, який виступав його суперником на підтасованих президентських виборах, що стали прологом до Помаранчевої революції в 2004 р.».

Тижневик докладно пояснював читачам юридичне підґрунтя та вимоги Конституції України щодо терміну внесення В. Ющенком кандидатури прем'єр-міністра, а також аналізував варіанти виходу з кризи. Це було особливо важливим для зарубіжного читача, котрий не був обізнаний з українськими політичними та правовими реаліями, які полягали в можливості подвійного вибору: розпуску парламенту і призначенні після цього нових виборів, а інший – у висуненні В. Януковича, підтримуваного коаліцією, до якої входили, окрім Партії регіонів, ще й комуністи і соціалісти.

Передбачаючи, що зарубіжних прихильників образу і політики В. Ющенка зроблений ним вибір достеменно викличе здивування, тижневик все ж визнає його єдино правильним. «The Economist» підтримав таке рішення з

огляду на право партії В. Януковича і її союзників на об'єднання в коаліцію з наступним пропонуванням свого кандидата на посаду прем'єра. «Так звані помаранчеві партії ... також намагалися це зробити, але зазнали невдачі через гостре особисте суперництво між їхніми лідерами». Відмова В. Ющенко від кандидатури В. Януковича на посаду глави уряду посилила б враження у суспільстві про використання президентом демократії виключно як засобу просування своїх особистих інтересів. При цьому тижневик констатує, що на це «страждають й інші помаранчеві політики». Зазначимо, що це пояснення було доволі зрозумілим аудиторії, яка розвивалася в тих суспільно-політичних умовах, де «власні інтереси» не могли бути основою позиції державних діячів.

Інша причина, яку витлумачив «The Economist-a», полягала в тому, що нові вибори, які змушений був би призначити В. Ющенко, дестабілізували б украй складну ситуацію в країні, а головне – дискредитували б Україну за кордоном. Отже, ймовірно, В. Янукович і в цьому випадку отримав би посаду прем'єрміністра, яку обіймав перед виборами 2004 р., з тією відмінністю, що внаслідок конституційної реформи, яка була узгоджена під час революції, повноваження прем'єрміністра були значно розширені.

При цьому уважний до тогочасних політичних проблем України аналітик «The Economist-a», прогнозував, що «Наша Україна» могла б на нових виборах отримати ще гірший результат, адже, як зазначалось у статті «Ukraine's political crisis: Oranges and apples» («Політична криза в Україні: апельсини та яблука») (2006. 3 серп.), перемога В. Януковича могла приголомшити лише іноземців, адже він завжди мав підтримку «російськомовного Півдня та Сходу України».

Отже, варто особливо наголосити на вмінні «The Economist-a» вчасно розставляти акценти на труднощах українських політичних реалій. І коментування рішень В. Ющенко, що так неоднозначно були сприйняті закордонним політикумом, є хорошим прикладом. При цьому нагадаємо, що така ж амбівалентність сприйняття дій президента проявлялася і в українському суспільстві. Тижневик припустив, що правлячий тандем В. Ющенко і В. Януковича дасть змогу стабілізувати країну й об'єднати Захід та Схід

України. Він навіть прогнозував, що в підсумку країна могла одержати кращий економічний курс, аніж впроваджуваний «популісткою» Ю. Тимошенко. При цьому «The Economist» розраховує на спроби добитися від В. Януковича дотримання політичних принципів щодо збереження проєвропейського курсу. В іншому випадку тижневик вважає, що «все може закінчитися хаосом». З позицій сьогодення наголосимо на потрібності уважного прочитання зарубіжних публікацій, що формували прогнозистику української політики.

16 квітня 2009 р. президент України В. Ющенко дав інтерв'ю «The Economist», яке було присвячене економічній ситуації в країні. Зокрема, тижневик звернув особливу увагу на його твердження про те, що «не зважаючи на те, що перший квартал цього року показує глибоку тенденцію скорочення обсягів виробництва і товарообігу, і торгівлі, і перевезень, але якщо взяти останні півтора місяці, ми маємо позитивну динаміку відновлення ділової активності. Березень на десять відсотків кращий за лютий. Так виглядає, що ми вже торкнулися дна і що тепер галузева та секторна динаміка буде позитивною», – зазначив В. Ющенко. В той же час президент підкреслив, що співпраця з Міжнародним валютним фондом, Світовим банком – «це альфа й омега того, що ми називаємо українським стабілізаційним планом». «Впевнений, що уряд зробить усе необхідне, щоб реагувати на той пакет змін, реформ, який необхідний для відновлення співпраці Україні з Міжнародним валютним фондом», – зауважив він. Це інтерв'ю відбулося на тлі претензій Міжнародного валютного фонду до української сторони щодо раціоналізації державного бюджету 2009 р.

Розчарування діями помаранчевої влади, що так яскраво проявилось в українських масмедіа і, зокрема, було детально проаналізоване у статті І. Слісаренка «Міжнародний імідж України після “Помаранчевої революції”: інформаційні виклики» [205], повністю підтверджується змістом публікацій «The Economist-а». У статті «Oranges are not the only fruit» («Апельсини – не єдині фрукти») (2009. 17 груд.) тижневик вказав, що в мінливому українському політикумі союзники стають ворогами і навпаки. «Погана новина полягає в

тому, що лідери 46-мільйонної країни втратили кредит довіри, отриманий після Помаранчевої революції. Повсюдна корупція, нечесні суди, нефункціональні відомства, а економіка (де домінують сталеварні і хімічні заводи з радянських часів) хвора. Замість того, щоб реформувати Україну, політики боролися за владу й активи, блокуючи рішення один одного. Прикладом можуть бути недавні рішення Ющенка, який прагнув нашкодити Тимошенко за будь-яку ціну, навіть якщо це дискредитує країну».

Вибудовуючи міжнародний контекст для українських подій, «The Economist» часто порівнював політичну й економічну ситуацію в Україні та Грузії. У статті «Colour revolutions in the former Soviet Union: A bit faded but still bright enough» (Кольорові революції в колишньому Радянському Союзі: не так яскраво, та все ще світить» (2008. 11 січ.) результати «кольорових революцій» у цих країнах тижневик назвав неоднозначними. «Незадоволені були й утопісти, які вважали вуличні драми, що там розгорнулися, ледве не боротьбою західного світу з радянською пітьмою; бурчали й циніки, котрі стверджували, що там, де собака внадилася зловживати владою, довіку їй не відстати. Втім сьогодні Грузія та Україна загалом почувують себе значно краще, ніж якби їхні революції так ніколи й не сталися».

Суперечності в політичному істеблішменті країни тижневик підсумовував так: «Усього за декілька місяців після української революції ті, хто захоплювався мужністю людей, котрі не побоялися вийти на промерзлі вулиці Києва, завмерли у здивуванні: головні обличчя прозахідного табору (Тимошенко і президент Ющенко) публічно розсварилися між собою, і їхній розбрат дозволив Януковичу, якого в миті найвищого революційного напруження представляли «головним лиходієм України», на певний час знову захопити владу. Це був, як виявилось, крок назад, але не трагедія».

Порівнюючи українські революції з атмосферою в інших колишніх республіках Радянського Союзу, де «стара гвардія» не піддалася або зуміла вирвати владу з рук революціонерів, тижневик звертає увагу на ситуацію в

Киргизії, в якій революція тюльпанів насправді перетворилася на державний переворот.

Окремий тематичний напрям становлять публікації про українсько-російські взаємини, особливо посилення російського впливу на Україну, ідеологічним фундаментом якого є нова версія російської історії. Як пише тижневик у статті «Rewriting a history» («Переписування історії») (2007. 9 листоп.), «десятиліття після краху комунізму було примітне відсутністю офіційної ідеології. Володимир Путін, відповідаючи 2004 р. на запитання, якою є його національна мрія, сказав: “Щоб Росія була конкурентоспроможною”. Однак нова сила Росії, основана на нафті, та її прагнення ролі світового гравця вимагають чогось звитяжнішого й надихаючого. А сьогодні, коли Путін шукає способів залишитися при владі після того, як у березні наступного року закінчиться другий термін його правління, ідеологічні товариші російського президента зараховують його до великих лідерів Росії і зводять у ранг квазіцаря». Тижневик цитує В. Путіна: «Що ж до якихось проблемних сторінок у нашій історії – так, вони були. То вони були в історії будь-якої держави! І в нас їх було менше, ніж у деяких інших. І в нас вони не були такими жахливими, як у деяких інших». Його ідея полягала в тому, що «не можна дозволити, щоб нам нав’язували почуття провини».

Прихід до влади В. Януковича в результаті демократичних виборів 2010 р. дав новий поштовх до чергової хвилі публікацій, в яких головною темою були найбільші вади українського суспільства: «експансія на схід західноєвропейських цінностей, що мала місце в 90-х рр., змінилась на просування в західному напрямку пострадянської моделі», – йшлося у статті «Nepotizm and corruption in the power of Ukraine» («У владі України – засилля бандитів і кумівство») (2011. 28 лют.).

Незважаючи на запевнення українських чиновників у тому, що реформи в Україні вже набирають силу, «The Economist» вважав, що насправді вже очевидними «стають засилля бандитів і непотизм (кумівство)», в той час як реформи тільки мають ще початися. Перші місцеві вибори виявились

брудними, у повітрі панує атмосфера залякування. Інвестори скаржаться, що їх бізнес переходить до рук оточення Януковича. ... Як і в Росії на початку путінського правління, вплив парламенту, прем'єр-міністра й уряду було обмежено. Рішення приймаються в президентській адміністрації. Прокурори, Конституційний суд і Національний банк втратили рештки самостійності».

У статті «Battle for Ukraine» («Битва за Україну») (2013. 30 листоп.) автор назвав розгін Євромайдану «боягузливим і віроломним актом влади, яка повела себе як окупаційна сила. Враховуючи низький рейтинг Януковича на Заході і в Києві, тижневик вбачає реальним розкол країни». У статті детально відтворено дії влади (організацію з регіонів автобусів із кількома тисячами бандитів у цивільній формі, озброєних металевими прутами з метою залякати студентів і спровокувати зіткнення; перешкоджання входу лідерам опозиції до телевізійної студії і заборона виходити в ефір, і сам наступ на студентів о 4-й год. ранку. «Це була його помста за Помаранчеву революцію, яка відбулась на цьому ж місці дев'ять років тому. Цього разу президент Янукович нарешті отримав свій шанс розіграти силовий сценарій. Він утопив Україну в одній із найсерйозніших політичних криз із непередбачуваними наслідками. І хоча президент Янукович може намагатись діяти за прикладом О. Лукашенка, Україна – не Білорусь. У неї активний середній клас, телебачення контролюють олігархи (багато з них злі на президента Януковича) і, що найважливіше, велика чисельність населення». Також британське видання вважало, що останні дії Януковича можуть призвести до розколу країни, де західний регіон і Київ відмовляться визнавати владу уряду.

«The Economist» на своїх сторінках фактично відтворив увесь перебіг подій на Євро майдані. Особливу увагу при цьому він приділяв роз'ясненню аудиторії, що обов'язком Заходу є надання допомоги Україні. У статті «Crackdown in Kiev: Battle for Ukraine» («Репресії в Києві: битва за Україну») (2013. 1 груд.) тижневик роздумував, чому, незважаючи на видиму поразку, Європа, можливо, виграла битву за Україну». З'ясувалося, що президент Янукович передав перемогу В. Путіну в протистоянні з ЄС в обмін на

геополітичну орієнтацію України. У переддень виборів В. Янукович, відчайдушно шукаючи засобів для підтримки економіки, яку сам успішно допоміг розвалити, повернувся в бік Росії, яка, згідно з його сподіваннями, мала б запропонувати дешевий газ і кредити з легкими умовами і слабким наглядом. Він може приєднатися до конкурентного Митного союзу, який просуває Путін. Умови пропозиції, висуненої Росією, туманні, і Янукович зараз намагається втихомирити ЄС, але в якому б світлі він це не подавав, вибір вже очевидно зроблений».

Тижневик вважав, що реакція українців дає привід для оптимізму. «Десятки тисяч вийшли на замерзлі вулиці на знак протесту, і це – нагадування президенту Януковичу про події Помаранчевої революції 2004 р., спровоковані його наміром сфальшувати президентські вибори на свою користь. Відтоді більшість дійшла висновку, що інтеграція з ЄС – найкраща надія на реалізацію таких намірів».

«The Economist» зробив невтішний висновок про те, що «сумна реальність полягає в надто значній дисфункціональності української політики, щоб можна було очікувати швидкої європейської інтеграції. Окрім проблем з лідером країни, велика проблема існує з генерацією українських політиків загалом: «Нинішнє покоління українських політиків виросло в перше десятиліття незалежності і сприймає державні посади та політику як активи, які можна доїти. Доїльники включають і помаранчевих революціонерів Тимошенко, чия лицемірність, жадібність і дії тихцем привели Януковича до влади». В кінці статті тижневик зазначає: «Демонстранти в Києві не вірять нікому із них, у них немає реальних лідерів. І поки нові не з'являться, Захід повинен зосередитися на українському народі. Це означає м'якші візові умови, більше програм обміну для українських студентів, підтримка продемократичних груп і моніторинг виборчого процесу. ЄС зобов'язаний показати протестувальникам, що їх почуття взаємні, навіть якщо їх лідери надто короткозорі, щоб ці почуття розділити». Отже, основний тематичний блок публікацій «The Economist-а» стосувався на цьому етапі політичних

проблем, що призвели до Помаранчевої революції та постреволуційних проблем.

4.3. Від Революції Гідності до сьогодні (2013–2019 рр.)

Події Революції Гідності остаточно вивели нашу державу з тіні загальносвітового і європейського суспільного процесу. З того часу Україна почала трактуватися як реальна європейська держава, яка має намір вступити до Європейського Союзу і потребує з його боку захисту від сусідньої держави-агресора.

Порічний розподіл публікацій на українську тематику свідчить про різке збільшення їх кількості: у 2014 р. – 205 статей, у 2015 р. – 62, у 2016 р. – 15, у 2017 р. – 18, у 2018 р. – 12, у 2019 р. – 27 статей. При цьому частка онлайн-публікацій становить: у 2014 р. – 47 %, у 2015 – 40 %, у 2016 р. – 46 %, у 2017 р. – 33 %, у 2018 р. – 66 %, у 2019 р. – 59 %. Більшість онлайн-публікацій припадають на блоги «Eastern Approaches», «Erasmus», «Charlemagne», «Democracy in America», «Gulliver», «Prospero», «Free exchange», «Buttonwood notebook». Більша, порівняно з попередніми роками, наповненість блогу «Erasmus», присвяченого питанням релігії, пояснюється зусиллями української влади щодо надання автокефалії Православній Церкві України та отриманням Томосу про автокефалію 6 січня 2019 р.

Якщо зростання кількості публікацій у 2014–2015 рр. було зумовлене Революцією Гідності, окупацією Кримського півострова та війною на Сході України, то зростання упродовж 2019 р. пояснюється інтересом до результатів президентських виборів в Україні та їх значенням як для українського суспільства, так і для міжнародної спільноти.

За період 2014–2019 рр. частка редакційних матеріалів становила 13,3 %, статті рубрики «Європа» – 60,5 %, «Брифінг» – 8,3 %, «Фінанси й економіка» –

6 %, «Бізнес» – 3 %, «Міжнародні справи» – 2,5 %, «Книги і мистецтво» – 2,5 %, «Азія» – 1 %, «Китай» – 1 %, «США» – 1 %, «Економіка, фінансові індикатори» – 1 %.

В потребі виступити на захист колишніх республік СРСР як «суверенних націй» та переконати в цьому західні держави британський тижневик упевнився після подій 2014 р., про що йшлося у статті «Putin's inferno» («Путінське пекло») (2014. 22 лют.).

«Ситуація в Україні нестабільна і небезпечна, тому Захід повинен діяти», – писав автор «The Economist-a» ще в одній статті на цю ж тему під назвою «Crisis in Ukraine: Not the same movie» («Криза в Україні: інше кіно») (2013. 8 груд.). Він вважав, що навіть за стандартами Східної Європи історія України жахливо заплямована кров'ю: «Пам'ять пережитих нею жахів ХХ ст. допомогла зняти напругу з тих пір, як країна стала незалежною в 1991 р. Однак її державний лад є крихким, розділеним між російськомовними та україномовними громадянами, супроводжуваний маніпуляціями Москви і нинішніми небезпеками розбалансованої економіки, що загрожують дефіцитом бюджету і величезними боргами». Тижневик стверджував, що Захід повинен гарантувати, що будь-яке наступне застосування сили буде мати високу ціну.

На глибоке переконання автора, що проявилось в низці зроблених ним висновків, представники ЄС повинні підтримувати Україну, перебуваючи разом з нею на барикадах «проти головоломів». Тижневик наголошував, що така дія повинна здійснюватися «не заради підтримки якогось певного політика, а заради мирного протесту. Саме європейці повинні пояснити В. Януковичу і його приспівникам, що у випадку ескалації вони будуть покарані дієвим способом – забороною на нерухомість, замороженням активів і банківських рахунків. Країна може стати практично банкрутом, але її правляча кліка – ні. Америка повинна зробити те саме. Але тягар відповідальності лежить на ЄС. Навіть Путін, якому подобається бачити сусіда слабким, повинен визнати, що його нав'язливе втручання і власні патологічні процеси України призвели її до трагедії».

Однозначною є позиція «The Economist-a» щодо цивілізаційної належності України. Тижневик переконує: «за всіма історичними мірками, Україна є частиною Європи. Вона межує з чотирма націями ЄС. Її найбільші міста – Київ, Львів, Одеса доповнюють орнамент європейської цивілізації. Тож її проблеми є проблемами Європи». Саме ця думка була артикульована у статті «How the West can help» («Як Захід може допомогти») (2014. 1 берез.). В цьому ключі як «зіткнення цивілізацій» «The Economist» пояснює російсько-українське протистояння («The end of beginning» («Кінець початку») (2014, 8 берез.). Стаття була спричинена негативною тенденцією, що склалася у західних засобів масової комунікації щодо висвітлення української тематики винятково через призму російсько-українських відносин. Така позиція мінімізувала суттєвим чином роль України як самодостатньої держави.

«The Economist» трактував призначення України як буфера між Європою та Росією: «територія, яка нині є Україною, має довгу і болючу історію, це наче кривавий кордон між Сходом і Заходом. Але як незалежна нація вона з'явилась у 1991 р., коли розпався Радянський Союз... Нова країна завжди мала тих, хто в ній сумнівався». Висловлена у статті «Putin's inferno» («Путінське пекло») (2014. 22 лют.) думка підтверджувалася значним чином публікаціями інших зарубіжних засобів масової комунікації, про що ми вже говорили. Сам же «The Economist» неодноразово писав про змарнований та невикористаний економічний потенціал України, характеризуючи її як одну з найпасивніших серед республік колишнього Радянського Союзу.

У численних статтях попередніх років до найбільших загроз суверенітету України тижневик зараховував ідеологічні суперечності між Заходом і Сходом країни. Ці рефлексії часто озвучуються в текстах аналітичних матеріалів економічної та політичної тематики як аргументаційне тло, без виокремлення в незалежний предмет. Також «The Economist» неодноразово подавав мовну ситуацію в Україні через дихотомічне сприйняття у форматі «україномовний захід» – «російськомовний схід». У статті «The end of beginning» («Кінець початку») (2014. 8 берез.), наприклад, це подавалося так: «індустріалізований,

більш русифікований Схід і націоналістичний, більш сільськогосподарський Захід»; «промисловий російськомовний схід і більш войовничий націоналістичний захід». При цьому, згадуючи південно-східну Україну і Донбас, тижневик уточнює «російськомовний» характер цих територій, додаючи означення «націоналістична» при згадуванні про Захід України.

Актуалізація проблематики відбулася в 2014 р. в період Революції гідності, а відтак у час анексії Криму та російської-української війни. Однак, як висловлювався тижневик у статті «How the West can help» («Як Захід може допомогти») (2014. 1 берез.), «справжній поділ між українцями не лежить між Сходом і Заходом, а між надією та цинізмом: між тими, хто вірить у можливість формування кращого уряду, і тими, хто думає, що в їх пострадянській нації найкраще що вони можуть зробити – це корумпований патерналізм. Створення чесного, компетентного уряду, який працює на благо свого народу, найкраще переконає всіх українців».

За підсумками 2014 . стаття під назвою «Russia and Ukraine. Edging closer to war» («Росія й Україна. Наближаючись до війни»), що з'явилась у блозі «Eastern Approaches» («Східні підходи») 1 березня 2014 р., увійшла до десяти найбільш читаних матеріалів року. Автор описав найважливіші етапи і напрями російського наступу на українські території, атаки на українські військові частини невідомих озброєних осіб, наступ на військово-морські бази України, захоплення кримського парламенту. Матеріал дав повну картину подій останніх днів, при цьому докладно виписавши і ключових осіб та їх дії: президента Росії В. Путіна, С. Аксьонова в Криму, українських діячів – в. о. президента України О. Турчинова, прем'єрміністра України А. Яценюка, лідера кримських татар Р. Чубарова. Вперше через висловлювання Р. Чубарова було згадано Будапештську угоду 1994 р., за якою Україна відмовилася від ядерної зброї в обмін на гарантії безпеки від Росії, США та Великобританії. Матеріал містив усі необхідні кількісні дані для розуміння стану українського війська в Криму та його бойової готовності. При цьому було наголошено на відсутності чіткого командного ланцюга в українських збройних силах на момент агресії.

Важливим аспектом статті є її наповненість історичними паралелями. Спершу до них апелює неназваний «український чиновник», який, маючи на увазі день нападу нацистської Німеччини на Радянський Союз, говорить, що «це було схоже на 22 червня 1941 року». Згодом автор статті цитує в. о. президента України О. Турчинова, який у діях Росії розпізнав сценарій, використаний під час війни з Грузією в 2008 р., в результаті якої Абхазія та Південна Осетія, дві відокремлені території, були окуповані російськими силами. «Фактичне вторгнення Росії, – йдеться у статті, – породило паралелі із вторгненням СРСР до Чехословаччини в 1968 році».

При цьому в матеріалі ще немає чіткого твердження про анексію, навіть відчувається певний сумнів: «невідомо, чи кінцевою метою Росії цього разу є анексія Криму, чи просто отримання важелів для нового українського уряду».

Образний виклад, характерні для стилю тижневика іронія й сарказм проявились і в цьому матеріалі в описі окремих осіб з числа агресорів. Зокрема, одягнених у шкіру проросійських байкарів, які не лише вивісили табличку «Де ми – там Росія», але й чорний банер, на якому червоними літерами написано: «Росія завжди була кладовищем поганих ідей. Ви не можете перемогти кладовище, ви можете залишитися на ньому назавжди». Картину доповнив і образ літньої дами, яка підтримувала настрої протестувальників проти «неонацистського та спонсорованого НАТО уряду в Києві», виступаючи в ролі діджея і співаючи радянські пісні 1930-х рр., які звучали у фоновому режимі.

Важливо, що від самого початку наступу тижневик виокремлює роль російської пропаганди, яка «мала на меті прикрити добре підготовлене військове захоплення». Ця проблема згодом стане наскрізною темою в численних матеріалах про російсько-українську війну.

Чимало публікацій «The Economist-а» були присвячені окупації Криму та Донбасу, російсько-українській війні. У цьому плані важливою є стаття «EU, Ukraine and Russia» («Європейський Союз, Україна і Росія») (2014. 7 берез.). Тижневик висловлював незгоду з думкою деяких експертів на Заході про те, що відправною точкою політики є визнання реальності, якою б неприємною вона

не була. «Дозвольте Путіну залишити за собою Кримський півострів. Там російськомовна більшість, і він в будь-якому випадку був частиною Росії до 1954 р. Що стосується України загалом, Росія напевно буде над нею домінувати, тому що вона турбується про цю країну більше, ніж Захід. Америка і Європейський Союз повинні, звичайно, протестувати, але так, щоб уникнути непотрібної конфронтації, яка нашкодить їх власним економікам, поставить під загрозу їх поставки енергоносіїв і може штовхнути Україну до війни. Путін запропонував шляхи вирішення, і Захід повинен вхопитися за них», – тижневик називає такі думки помилковими і посилається на те, що здаватися грабіжникам завжди небезпечно: ті, хто не мають твердої позиції від самого початку, потім опиняються перед ще важчими випробуваннями.

«The Economist» аргументує свою позицію тим, що громадяни, які стояли на Майдані (а серед них були й російськомовні з Донецька і Харкова), настільки ж прагнуть бути частиною суверенної України, як і їх співвітчизники в Києві чи Львові. Вони знають, що під впливом Росії Україна буде слабкою і залежною. Вони дивляться в бік Заходу, на Європу, яка пропонує їхній країні найкращу надію в боротьбі з хронічною корупцією і зміцненням економіки. Британський тижневик застерігає: «Якщо Крим проголосує за законне від'єднання, це могло б отримати зовнішню підтримку, але референдум 16 березня [2014 р.] проходить під прицілом автоматів Калашникова. Путін звів реальність до нуля, спотворюючи її у зручний йому бік».

Тижневик неодноразово аналізував політику Путіна стосовно України, порівнюючи її з його політикою щодо Грузії у 2008 р., наводив його висловлювання про розвал Радянського Союзу як найбільшу геополітичну катастрофу ХХ ст. «Він озброївся місією відновити Російську імперію, а тепер під приводом захисту російськомовного населення отримав привід».

«The Economist» вважає, що Захід не повинен воювати за Україну, оскільки замало західних інтересів, щоб ризикувати ядерним конфліктом. Але окупація Криму повинна бути покарана, а Путін позбавлений можливостей рішучого вторгнення куди б то не було ще. Україні допомога потрібна не лише

тому, що вона – банкрут, а також тому, що Росія може жорстоко нашкодити її економіці, підриваючи будь-який мислячий уряд. Надто довго західні країни сподівалися, що їхні економічні зв'язки з Росією будуть захистом від войовничості Кремля. Такі думки висловлено й у статті «Ex-Soviet Central Asia: Crimea from across the Caspian» («Колишня радянська Центральна Азія: Крим з боку Каспію») (2014. 12 берез.). Тижневик однозначно визнав Крим частиною суверенної території України, що підтверджено у статті «The end of beginning» («Кінець початку») (2014. 8 берез.).

Внутрішні проблеми України не полишали шпальт «The Economist-a». У статті «Dear friends» («Любі друзі») (2014. 5 берез.) йшлося про негативний вплив кумівства в українській владі, який може остаточно знищити позитивний імідж України на Заході. Тижневик описував читачам факт, що в елітному районі Києва президенту України П. Порошенку належать кілька земельних ділянок, а ділянки поряд придбав його близький друг і заступник голови парламентської фракції «Блок Петра Порошенка» І. Кононенко. У статті наводяться слова звільненого міністра А. Абромавичуса про те, що він «не готовий прикривати посадових осіб, які подібні до старої влади і намагаються контролювати фінансові потоки». Революція повинна була відкинути в минуле такі поняття як корупція і кумівство». Тижневик коротко зупиняється на кар'єрі Абромавичуса, який виступав також проти корпоративних інтересів президента і прем'єра А. Яценюка. Він став другою особою, яка покинула пост після революції. Наслідком стала заява очільниці Міжнародного валютного фонду К. Лагард, яка поставила під сумнів наступний транш допомоги Україні з кредитної програми у 18 млрд доларів «без суттєвих спроб оживити реформи управління і боротьбу з корупцією». В той же час голова парламентського блоку Порошенка Ю. Луценко заявив, що країна стоїть на порозі «повномасштабної політичної кризи». Західні союзники України стверджують, що вибори дестабілізують політичну ситуацію в країні і дадуть можливість радикалам і націоналістичним партіям пройти в парламент.

Тижневик зазначав, що постаті на кшталт І. Кононенка у великій кількості засідають в парламенті, їх називають «Сірими кардиналами» або «любими друзями». Межа між друзями, діловими партнерами, родичами і політичними союзниками дуже розмита. За словами А. Абромавичуса, реформи в Україні зупинилися. «Це не технічна проблема, це проблема політична», – наводить слова ексміністра «The Economist».

Заполітизованість повідомлень про Україну на шпальтах «The Economist-a» повністю корелюється з такою ж рисою повідомлень інших зарубіжних засобів масової комунікації. Специфіку інформації, вміщеної в зарубіжній пресі, відзначала дослідниця Є. Дзюба у статті «Медіаімідж країни: українська проблематика в іноземних ЗМІ» [84].

У вересні 2020 р. центр Нова Європа провів опитування чотирьох тисяч жителів країн ЄС (Німеччини, Франції, Італії та Польщі) щодо прийняття України до ЄС. Порівняно з аналогічним опитуванням 10 років тому, показник підтримки зріс із 37 % до 55 %. Чималу роль такому зростанню голова Центру Г. Гетьманчук відвела публікаціям про Україну в тижневиках «The Economist» та «Financial Times», про що йшлося у статті Х. Бердинських та І. Верстюк «Свої для Європи. Масштабне дослідження показало, що більшість європейців уже готові бачити Україну в ЄС» (Новое время. 2020. № 45).

Висновки до розділу 4

Вивчення українського дискурсу в публікаціях «The Economist-a» за останні 20 років спростувало тезу про поверховість, шаблонність, стереотипність і упередженість у висвітленні цієї тематики зарубіжними ЗМК. Незважаючи на те, що висновки інших дослідників щодо вивчення образу України в європейській і американській пресі в окремі роки і на тлі конкретних подій здатні значно збагатили сьогоденне дослідження української

проблематики в тижневику, проте вивчення проблеми на ґрунті «The Economist-a» засвідчило свої особливості.

Публікації «The Economist-a» відзначаються глибиною трактування і узагальнень, залученням широкого експертного кола, що позитивно впливає на способи відображення українського сьогодення порівняно з іншими засобами масової комунікації. Від першого сплеску зацікавленості тоді ще Українською РСР в контексті Чорнобильської катастрофи 1986 р. до публікацій останніх років британський тижневик відтворив на своїх шпальтах складну картину світу українців з усім їх контекстно-проблемним полем, ідейно-політичними та світоглядними суперечностями, економічними прорахунками та потужним людським ресурсом.

З метою дотримання принципу історизму весь досліджуваний у цьому розділі емпіричний матеріал було поділено на три групи за хронологічним принципом, що відповідав ключовому етапу в історії України: перший – від здобуття незалежності до подій, що передують Помаранчевій революції (1991 р. – жовтень 2004 р.); другий – Помаранчева революція – події, які передують Революції Гідності (листопад 2004 р. – листопад 2013 р.); третій – від Революції Гідності до сьогодні (грудень 2014 р. – 2019 р.).

Перший етап засвідчив кристалізацію тематичних пріоритетів, яким тижневик слідує і донині. Крім того, спосіб інтерпретації подій першого десятиліття незалежності дав уявлення про сформовані західними засобами масової комунікації шаблони в українському питанні: спершу в контексті колишнього пострадянського простору, зокрема Росії, а згодом – як самостійного гравця на світовій арені. Це проілюструвала і проблемно-тематична спрямованість публікацій, в основі яких упродовж кількох перших років незалежності прямо чи опосередковано обговорювалася легітимність і життєздатність України як державного утворення, її політичний, фінансовий, економічний та людський ресурси, загрози з боку зовнішніх чинників та її внутрішні суперечності.

Окрім вивчення змісту публікацій, було приділено увагу їх місцю в структурі кожного номера, зумовленого значущістю подій та розкритим інформаційним приводом для загальноєвропейського чи світового контексту. Встановлено, що найчастіше статті української тематики виходили як окремі матеріали в розділі «Європа», а їх суттєвою ознакою було постійне зіставлення з процесами і тенденціями інших європейських країн. Цей компаративний компонент як один із потужних аналітичних інструментів є важливим фактором аргументації та надійності отриманих висновків, а також обґрунтованості як короткотривалих, так і стратегічних прогнозів. Запорукою надійності фактографічної бази став власний зарекомендований дослідницький ресурс – «The Economist Intelligence Unit».

Основним посилом публікацій двох наступних періодів було апелювання до західних демократій із закликом допомогти Україні з паралельним аналізом і вказуванням на основні негативні чинники українського суспільства. Однак в українському дискурсі й надалі присутня низка стереотипів (зокрема, щодо протистояння між індустріалізованим та більш русифікованим Сходом і «націоналістичним», більш сільськогосподарським Заходом).

Важливою характеристикою інформаційно-аналітичних журналістських матеріалів «The Economist-a» була персоналізація українського дискурсу в образах політичних діячів як представників влади (президент, члени уряду, народні депутати) та народу України (громадські діячі, звичайні громадяни). Крім того, тижневик покликається на експертне середовище (економісти, журналісти, фахівці різних галузей) та засоби масової комунікації.

У численних публікаціях тижневик не лише максимально повно відтворив перебіг подій, що відбувалися у країні під час Помаранчевої революції, а й витлумачив широкий контекст того, що сприяло широкому сплеску народного гніву. При цьому зазначимо, що іноді цей контент подано з репортажними описами для підсилення переконливості і відповідно читацького враження.

Український дискурс часів Помаранчевої революції та Революції Гідності набув максимальної персоналізації: перед аудиторією постав шерек громадських діячів, політиків, звичайних громадян. «The Economist» відтворив не лише широке протестне полотно, а й інший бік – той, проти якого вийшли протестувальники.

Публікації «The Economist-a» про Україну ґрунтувалися на надійній фактологічній основі. Аналіз економічних показників здійснювався з посиланням на джерела Світового банку, власну дослідницьку службу «Economist Intellegence Unit», Міжнародного валютного фонду, Міжнародного фонду виборчих систем, власні опитування громадян, Школи бізнесу Фукуа Університету Дюка, Центрального розвідувального управління, П'єра Балієта з Дослідницького інституту RFE/RL.

Отже, основний тематичний блок публікацій «The Economist-a» на цьому етапі стосувався політичних викликів, що призвели до Помаранчевої революції та постреволюційних проблем. Серед них найголовнішими були: тотальна корупція, що вразила всі гілки влади, кумівство, нечесні суди, дисфункція влади, економічний колапс. Заполітизованість повідомлень про Україну на шпальтах «The Economist-a» повністю корелюється з такою ж особливістю повідомлень інших зарубіжних засобів масової комунікації.

У висвітленні української тематики «The Economist» обґрунтовує свої рефлексії ґрунтовною аргументаційною базою. Це одне з небагатьох видань, яке демонструє глибоку обізнаність зі складним українським політичним, історичним, культурним та соціальним «бекграундом». Це вкрай необхідно, коли уявлення про Україну в її ж цільовій аудиторії є недостатніми.

Підсумки аналізу публікацій цього видання дали можливість виділити низку підходів до висвітлення української проблематики: *ідейно-концептуальні* (політизація новин українського життя, сфокусованість на Україні як нестабільному елементі політичної та економічної безпеки в Європі; акцент на роз'єднувальних суспільних чинниках (мові, ідеології, релігії, історії, громадській пасивності населення)); *політико-правові* (засудження

неефективних та нерішучих дій влади (інституту президента, парламенту, уряду) у просуванні реформ; чітка дихотомія влада – народ у розгляді української проблематики; підтримка розвитку громадянського суспільства в Україні та свободи слова; однозначна підтримка територіальної цілісності України; засудження російської агресії на Сході й окупації Криму, підтримка санкцій міжнародних організації щодо Росії); *часово-просторові* (постійний зв'язок з актуальним політичним порядком денним із розширенням на загальноєвропейський і глобальний контекст та одночасним висвітленням регіонального українського контексту, що дає змогу бачити Україну в її багатовимірності й мультикультурності, акценти на географічному розмаїтті українського простору, часте зіставлення з іншими країнами); *жанрово-структурні* (багатошарове накладання подієвого контенту для максимального висвітлення однієї теми, використання фрагментів репортажу в загальній розповідній канві тексту для посилення психологічного ефекту присутності на місці події, часте введення людських образів для побудови неабстрактного, а олюдненого зв'язку з читачем (політики, урядовці, експерти, громадяни), звертання до фактографічної, фінансової, економічної інформації, графічний та діаграмний аргументаційний супровід, прогностичні фінальні оцінки); *мовностилістичні* (широке використання емоційно забарвленої лексики, ідіом, фразеологізмів, відсилок до пам'яток культури, світової та регіональної історії, регіональної лексики з метою відтворення в текстах національного колориту; активне залучення в текстову канву історичних паралелей і суспільно-політичних порівняльних контекстів).

Крім того, реагування на події українського суспільно-політичного життя в зарубіжних засобах масової комунікації, дали можливість виділити найефективніші з них, зокрема ті, що демонструє «The Economist», а саме через поглиблене вивчення національних історичних і ментальних особливостей, аналогії та паралелі з іншими націями й суспільно-політичними формаціями, вибудовування політико-економічного та культурного контексту як обов'язкового компоненту аргументації, залучення широкої експертної бази.

ВИСНОВКИ

У дисертації вивчено особливості функціонування й типологічні ознаки британського тижневика «The Economist», виявлено та проаналізовано форми присутності тижневика в українському інформаційному просторі. Реалізація мети дослідження й виконання поставлених завдань дали змогу дійти таких висновків:

1. Вивчення наукових праць українських і закордонних фахівців, присвячених розгляду пресової журналістики Великої Британії загалом та тижневика «The Economist» зокрема, дало змогу виокремити такі основні напрями їх досліджень: структура системи британської пресової журналістики; її типологічні ознаки, особливості функціонування та розвитку часописів, які відіграли чималу роль у суспільно-політичному й культурному житті британців; публіцистична спадщина відомих особистостей, історія британської преси та журналістики загалом; стереотипізація в контексті преси Великої Британії. Здійснений огляд дав можливість не лише виокремити основні напрями, за якими провадяться дослідження британської преси, підтвердити їх різноаспектний тематичний діапазон, а й окреслити перспективи вивчення національних засобів масової комунікації (у цьому випадку – британських) на тлі світового досвіду.

Аналіз наукових праць – від загальних оглядових матеріалів до ґрунтовних розвідок – дав підстави говорити про недостатню вивченість проблеми, заявленої в титульній темі дослідження. При цьому зазначено, що тижневик «The Economist» донині комплексно не перебував у полі дослідницького зацікавлення українських науковців, а отже, й не був об'єктом їх системного наукового осмислення.

2. «The Economist» відіграв ключову роль у становленні й розвитку спеціалізованої преси Великої Британії XIX ст. як економічне видання, розраховане на фінансову та політичну еліту. Сам факт заснування

«The Economist-a» засвідчив тенденцію до типологічного розширення системи британської преси XIX ст. та урізноманітнення журналістської спеціалізації.

Престиж видання в цей період ґрунтувався на авторитеті його засновника – фінансиста, промисловця та економіста Дж. Вільсона. Характерними рисами матеріалів часопису були їх надійність і достовірність, які забезпечували високий суспільний статус авторів та їх безпосередня участь у суспільно-політичному та економічному житті Великої Британії XIX–XX ст. Серед найвпливовіших редакторів XX ст. варто назвати В. Лейтона, який підтримував приватні контакти з політичними колами Європи та США. Широка кореспондентська мережа й той факт, що закордонними авторами часто були видатні політичні постаті, сприяли тому, що тижневик поступово став одним із найдостовірніших та найоб'єктивніших джерел політичної й економічної інформації. Анонімність публікацій є дотриманням традиції, яка бере свій початок від заснування тижневика і має на меті домінування колективної ідентичності видання над персональними авторськими амбіціями. Це робить «The Economist» єдиним англomовним виданням у світі, в якому відсутні підписні статті.

«The Economist» був першим у системі британської преси незалежним спеціалізованим виданням, яке глибоко й аргументовано, у доступнішій, ніж це практикували інші наукові економічні журнали, формі, аналізувало події економічного та суспільно-політичного життя з позицій лібералізму. На відміну від масових газет і журналів, які звертались до економічної проблематики («Times», «Morning Chronicle», «The Punch», «The Spectator» та ін.), «The Economist» був заснований для читацьких потреб і запитів політичної та економічної еліти Великої Британії, а за тривалий період свого існування став одним із найавторитетніших незалежних міжнародних інформаційно-аналітичних видань, функціональним призначенням якого є аналітичне й інформаційне забезпечення міжнародних політичних та економічних аудиторій.

3. Специфіка функціонування тижневика «The Economist» на сучасному етапі полягає в об'єктивному та системному аналізі подій актуального

світового порядку денного з метою інформаційно-аналітичного забезпечення процесів прийняття політичних, фінансових і світоглядних рішень на глобальному та транснаціональному рівнях, наслідки яких можуть впливати на міжнародну політику, економіку та безпеку в усьому світі.

У процесі дослідження виявлено трансформацію типологічних характеристик тижневика в історичній ретроспективі: розширення предмета відображення (від британської економіки, фінансів, аналізу законодавчих ініціатив британського парламенту до сучасних глобальних політичних, економічних, технологічних, культурних проблем тощо); цільової аудиторії (від політичної й фінансової еліти Британської імперії до глобальних світових еліт, глав держав і урядів, керівників транснаціональних корпорацій, політичних діячів країн світу, економічних, фінансових експертів, науковців, людей, чия діяльність пов'язана з прийняттям рішень); ареалу розповсюдження (від британської столиці до глобального світового медіаринку); форми видання (від друкованого журнального до паралельних друкованої та онлайн-версій, блогів, відео та подкастів, щоденної онлайн-газети і сторінками в соціальних мережах «Фейсбук», «Інстаграм», «Телеграм»).

4. Відзначено, що, хоча назва «The Economist» і несе вузьке семантичне навантаження, матеріали тижневика охоплюють якнайширші проблемно-тематичні площини. Саме цей факт актуалізував вивчення різноаспектного досвіду тижневика та окреслення його ідентичності, що дало підстави дослідникам зараховувати «The Economist» одночасно до спеціалізованої (економічної, ділової, фінансової, світоглядної), елітної та масової преси і, врешті, до журналів (на противагу тому, що «The Economist» зареєстрований як газета), зокрема до журналів новин. В основі всіх цих ідентифікацій лежать різні типологічні характеристики, яким дослідники надавали перевагу в той чи інший період або ж залежно від визначених завдань. На основі багатоаспектності його типологічних ознак окреслено особливості функціонування «The Economist-a» та груп видань з аналогічною ідентифікацією (політична, фінансова, економічна, спеціалізована, ділова,

якісна преса). Обґрунтовано, що «The Economist» подолав рамки фінансово-економічного (ділового) видання, розширивши порівняно з початковим етапом функціонування рівень проблемного й тематичного узагальнення, відмовившись від вузької спеціалізації та скерувавши зусилля на глобальний контент і політичну та економічну прогнозику. Таким чином, при типологічному аналізі тижневика необхідно враховувати подвійну суспільно-економічну суть його змісту. Обґрунтовано також його приналежність до якісної преси та пояснено означення тижневика як журналу новин.

5. Інтегрування тижневика в інформаційний простір України відбувалося поступово від середини 1990-х рр. через збільшення частотності згадувань «The Economist-a» в новинному контенті засобів масової комунікації, а також через участь редакції журналу в медіазаходах (конференціях, дискусіях, майстер-класах тощо), які відбувалися в Україні та за кордоном й активно висвітлювалися у пресі, через організацію спільних видавничих проєктів з українськими масмедіа тощо. У цьому контексті акцентовано також затребуваність матеріалів «The Economist-a» українськими масмедіа. Підтверджено, що публікації тижневика широко передруковувалися та розлого цитувалися не лише виданнями спорідненого проблемно-тематичного профілю, а й більшою мірою газетами й журналами універсального типу. Вивчення змісту в обраних для аналізу друкованих масмедіа дало змогу виявити масив публікацій «The Economist-a», які було сегреговано на такі групи: повнотекстові передруки або певні їх фрагменти; аналітичні матеріали, які містять посилання на викладені в публікаціях тижневика оцінки, судження, факти; інформаційні матеріали з викладом фактів, показників, індексів, кількісних розрахунків, прогнозів, що були оприлюднені на сторінках «The Economist-a», на сайті тижневика, а також дослідницькою службою «The Economist Intelligence Unit». Встановлено, що тематика цитованих матеріалів корелює з новинним порядком денним, тобто більшість цитованих матеріалів стосуються актуальних подій, пов'язаних з іміджем України на світовій арені, питань національної безпеки й оборони України, енергетичної безпеки,

проблеми відносин із сусідніми державами, особливо з Росією, становлення економіки, корупції та її негативного впливу на імідж держави, міжнародної політики й перспектив України.

6.3 метою з'ясування основних тенденцій відображення українських реалій було сформовано вибірку публікацій з «The Economist-a», здійснено їх хронологічний та рубрикаційно-тематичний розподіл.

Загалом проаналізовано 819 матеріалів, за якими виокремлено 31 тематичний компонент. Це, зокрема, Україна: загальні характеристики (площа, кількість населення, розташування), мовна політика, проблеми охорони здоров'я українців, діяльність президента, діяльність уряду, діяльність парламенту, відносини президента й уряду, вибори президента, вибори до парламенту, економічний стан, політична нестабільність, корупція в Україні, діяльність опозиції, економічні реформи, зовнішня політика України, відносини Україна і США, Україна і Росія, Україна і НАТО, Україна і СНД, Україна і Польща, Україна і Європейський Союз, еміграція українців до країн ЄС, сподівання Заходу щодо України, свобода преси, національна валюта, стан української промисловості, зокрема енергетичної галузі, інвестиційне законодавство, засоби масової комунікації в Україні, діаспора, громадська активність в Україні, релігійна ситуація тощо.

Узагальнення результатів аналізу масиву публікацій української тематики, опублікованих у тижневику «The Economist» за 1991–2019 рр., дало змогу стверджувати, що за цей період відбулася суттєва трансформація образу України: від «нешасної», «пасивної» пострадянської країни з «апатичним населенням», відсутністю еліти, неефективною економічною системою, непрофесійністю урядів, корупцією, жорстким ідеологічним протистоянням між Сходом і Заходом країни до держави, яка заслуговує на повноцінний вступ до Європейського Союзу з огляду на виформовану в ній європейську націю.

Проведення різнопланового вивчення пресової журналістики Великої Британії загалом та одного з найвпливовіших видань – тижневіка «The Economist» має й надалі чималі перспективи в царині наук із соціальних

комунікацій загалом, теорії та історії журналістики зокрема. Адже такі дослідження сприяють створенню потужної теоретико-методологічної платформи, необхідної для формування нових знань, розкривають нові тематичні напрями, а головне – дають змогу вповні використовувати історично потужний медіадосвід цієї європейської країни, що продовжує наповнюватися суголосними новій реальності ідеями та задумами.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Актуальні проблеми журналістики : зб. наук. пр. Ужгород : МП «Ліра», 2001. 492 с.
2. Алексєєва А., Харитонов В. Почти «Ежедневный пророк». *Детектор медіа* : вебсайт. 2010. 29 лист. URL: <https://detector.media/withoutsection/article/57913/2010-11-29-pochty-ezhednevnyu-prorok/> (дата звернення: 10.04.2018).
3. Андрієвський О. Як зробити українську журналістику великою знову? *Петр и Мазена* : вебсайт. URL: <https://petrimazepa.com/journalismgreatagain.html> (дата звернення: 10.07.2020).
4. Апостолова Л. «В Україні немає якісної журналістики, бо суспільство до неї не готове». *Детектор медіа* : вебсайт. 2017. 5 лист. URL: <https://detector.media/infospace/article/131600/2017-11-05-v-ukraini-nemaie-yakisnoi-zhurnalistyky-bo-suspilstvo-do-nei-ne-gotove/> (дата звернення: 02.03.2019).
5. Балабан В. Екатерина Горчинская: «Мы либо бессистемно мочим, либо излишне доверяем». *Media Sapiens* : вебсайт. 2015. 8 берез. URL: http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/master_clas/ekaterina_gorchinskaya_my_li_bo_bessistemno_mochim_libo_izlishne_doveryaem/ (дата звернення: 05.10.2018).
6. Беглов С. И. Британская печать на исходе века : учеб. пособ. Москва : Изд-во МГУ, 1995. 53 с.
7. Беглов С. И. Империя меняет адрес: Британская печать на рубеже тысячелетий / Ин-т междунар. права и экономики им. А. С. Грибоедова. Москва, 1997. 135 с.
8. Беглов С. И. Четвертая власть: британская модель. Москва : Изд-во Моск. ун-та, 2002. 255 с.
9. Беккет Ч. Що таке якісна журналістика? *European Journalism Observatory* : вебсайт. 2018. 12 верес. URL: <https://ua.ejo-online.eu/4219/etyka-ta-yakist/shcho-take-yakisna-zhurnalistyka> (дата звернення: 15.11.2018).

10. Беспалова А. Г., Корнилов Е. А., Короченский А. П., Лучинский Ю. В., Станько А. И. История мировой журналистики. Москва ; Ростов-на-Дону : МарТ, 2003. 432 с.
11. Бессараб А. О. Соціально-комунікаційні технології формування інтересу до української книги за кордоном. *Вісник Книжкової палати*. 2016. № 9. С. 11–14.
12. Билл Эммот: «Блоггеры – самые опасные конкуренты деловых газет». *Детектор медиа* : вебсайт. 2009. 17 лист. URL: <https://detector.media/withoutsection/article/49290/2009-11-17-byll-jemmott-bloggery-samyue-opasnyue-konkurenty-delovykh-gazet/> (дата звернення: 15.06.2018).
13. Бідзіля Ю. М. Особливості сучасного медіапростору Великої Британії. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: Філологія*. Ужгород, 2008. Вип. 18. С. 111–115.
14. Білоус О. М. Висвітлення економічної проблематики на сторінках німецьких аналітичних видань на прикладі «Франкфуртер Альгемайне Цайтунг». *Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. Серія: Филология*. Симферополь, 2005. Т. 18 (57). № 3. С. 3–6.
15. Білоус Р. Моральність і аморальність у журналістській творчості (на прикладі Гарета Джонса, Малькольма Маггеріджа і Уолтера Дюранті). *Вісник Львівського університету. Серія: Журналістика*. 2020. № 48. С. 76–85.
16. Блавацький С. Загальнонаціональна якісна преса Великобританії як концептуальна модель журналістики: сучасний стан та тенденції розвитку. *Вісник Львівського університету. Серія: Журналістика*. Львів, 2009. Вип. 32. С. 237–243.
17. Блавацький С. Конвергенція якісної та масової преси Великобританії (кінець ХХ – початок ХХІ століття). *Наукові записки Інституту журналістики*. 2008. Т. 32. С. 135–139.
18. Блавацький С. Стереотипізація образу українців в західних медіа. *Сучасна медіакультура: контент, концепції, перспективи (українсько-польський досвід)* : колективна монографія / Й. Лось, С. Гавронський, Т. Лильо, М. Уліта та ін. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2012. С. 360–366.

19. Блавацький С. Сучасний стан національної якісної преси Великобританії: заперечення заперечень. *Збірник праць Науково-дослідного центру періодики*. Львів, 2007. Вип. 15. С. 364–372.
20. Блавацький С. Р. Стратегічний маркетинг мережевих версій якісних видань (сьогодення й перспективи розвитку питання: www.thetimes.co.uk, www.theguardian.co.uk, www.independent.co.uk, www.ft.com). *Вісник Харківської державної академії культури*. 2009. Вип. 27. С. 148–155.
21. Блавацький С. Р., Кучерова О. О. Газетні слогани: компаративний дискурс-аналіз (на прикладі британської та української якісної преси). *Вісник Харківської державної академії культури*. 2010. Вип. 31. С. 122–130.
22. Бойко О. В. Зовнішньополітичний образ України та чинники його формування в друкованих англійських ЗМІ в умовах трансформації суспільства : автореф. дис. ... канд. політ. наук : 23.00.02. Київ, 2001. 22 с.
23. Болецкая К., Юдина П. Рекламная пауза. *Детектор Медиа* : вебсайт. 2009. 18 трав. URL: <https://detector.media/withoutsection/article/45633/2009-05-18-reklamnaya-pauza/> (дата звернення: 16.04.2017).
24. Бондаренко Т. О. Екологічна етика журналу «The Ecologist» у контексті глобалізаційних процесів у соціальних комунікаціях : автореф. дис. ... канд. наук із соц. комунікацій : 27.00.01. Харків, 2008. 20 с.
25. Борьба за читателя: рецепты Билла Эммотта. *Телекритика* : вебсайт. URL: <http://www.telekritika.ua/redpolitics/2006-12-04/7887> (дата звернення: 15.05.2009).
26. Бочаров А. Г. Типология журналов переходного периода. *Журнальная периодика России*. Москва : Аспект Пресс, 1996. С. 45–68.
27. Бужинська Ю. О. Типологічна характеристика ділових видань. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2011. № 2. С. 9–14.
28. Бутиріна М. В. Стереотипи масової свідомості: особливості формування та функціонування у медіа середовищі : монографія. Дніпропетровськ : Слово, 2009. 368 с.

29. Бутиріна М. В., Гаркавенко Ю. С. Гетеростереотип України у дискурсі якісних британських видань. *Communications and communicative technologies*. 2018. Вип. 18. С. 22–28.
30. Бутиріна М. В., Гаркавенко Ю. С. Гетеростереотипізація України у британській якісній пресі. *Вісник Харківського національного університету. Серія: Соціальні комунікації*. 2016. № 10. С. 10–15.
31. Бутирський О. Посилення негативного іміджу України на Заході у зв'язку з політичною кризою. *Актуальні питання масової комунікації*. 2001. Вип. 2. С. 39–42.
32. Бутирський О. Україна у дзеркалі західних ЗМІ. URL: <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=368> (дата звернення: 01.09.2019).
33. Вайшенберг З. Журналістика та медіа : довідник / перекл. з нім. П. Демешко, К. Макєєв ; за заг. ред. В. Ф. Іванова, О. В. Волошенюк. Київ : Центр Вільної Преси, Академія Української Преси, 2011. 529 с.
34. Варех Н. В. Етнокультурні медіастереотипи України в британській пресі. *Вісник Харківської державної академії культури*. 2014. Вип. 42. С. 113–122.
35. Варех Н. В. Формування етнокультурних стереотипів у якісній британській пресі: структурні, функціональні й змістовні особливості : автореф. дис. ... канд. наук із соц. комунікацій : 27.00.04. Дніпропетровськ, 2014. 20 с.
36. Вартанова Е. Л. Современная медиаструктура. *Средства массовой информации постсоветской России* : учеб. пособ. / под. ред Я. Н. Засурского. Москва : Аспект Пресс, 2002. С. 10-85.
37. Веймер Д. Л., Вайнінг Е. Р. Аналіз політики: концепції і практика / пер. з англ. І. Дзюб, А. Олійник ; наук. ред. О. Кілієвич. Київ : Основи, 1998. 654 с.
38. Видавництво «Ділова преса країни» запускає щоденну газету «Капітал». *Детектор медіа* : вебсайт. 2013. 8 квіт. URL: <https://detector.media/rinok/article/80666/2013-04-08-vydavnytstvo-dilova-presa-krainy-zapuskaie-shchodennu-gazetu-kapital/> (дата звернення: 26.08.2015).

39. Видавництво «Економіка» та «The Economist» готують спільний проект і розглядають доцільність регулярного випуску журналу в Україні. *Українська асоціація видавців періодичної преси*: вебсайт. URL: <http://uapp.org/videocast/5202.html> (дата звернення: 08.07.2020).
40. Видання. Основні види. Терміни та визначення. ДСТУ 3017-95. Видання офіційне. Київ : Держстандарт України, 1995. 34 с.
41. Видання. Основні види. Терміни та визначення. ДСТУ 3017:2015. Видання офіційне. Київ : ДП «УкрНДНЦ», 2016. 42 с.
42. Власов Ю. М. Государство и журналистика Великобритании. *Вестник Московского университета*. 1991. № 6. С. 61.
43. Вовк С. Киев, Франкфурт, Лондон. *Delo.ua*. URL: <https://investgazeta.delo.ua/blogi/kiev-frankfurt-teper-london-271103/> (дата звернення: 10.04.2018).
44. Водон Ж.-П. Економічна журналістика: новації західної. Київ : [б. в.], 1998. 106 с.
45. Водотика Т., Магда Є. Ігри відображень. Якою бачить Україну світ. Харків : Vivat, 2016. 352 с.
46. Ворошилов В. В. Журналистика : учебник. 3-е изд. Санкт-Петербург : Изд-во Михайлова В. А., 2001. 447 с.
47. Ворошилов В. В. Журналистика и рынок: проблемы маркетинга и менеджмента средств массовой информации. Санкт-Петербург : Изд-во Санкт-Петербургского ун-та, 1997. 232 с.
48. Вырковский А. В. Сравнительный анализ моделей деловых журналов США и России (на примере «Форчуна», «Форбса», «Бизнес уика», «Эксперта», «Денег», «Смарт Мани») : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10. Москва, 2007. 24 с.
49. Габор Н. Б. Імідж України та геополітичні концепції її становлення в новому світопорядку : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.01.08. Київ, 1996. 20 с.

50. Гаркавенко Ю. С. Гетеростереотипізація України у британських та німецьких друкованих ЗМІ. *Вісник Дніпропетровського університету. Серія: Соціальні комунікації*. 2015. Вип. 15. С. 20–24.
51. Гаркавенко Ю. С. Медіарецепція ПР-діяльності у дискурсі британських та українських якісних видань: порівняльний аналіз. *Communications and Communicative technologies*. 2019. Вип. 19. С. 26–31.
52. Гаркавенко Ю. С. Трансформація медіарецепції інституту президентства в Україні (за матеріалами європейських видань). *Communications and Communicative technologies*. 2020. Вип. 20. С. 26–31.
53. Гаскюель Ж., Седийо Р. Как читать финансовую и экономическую прессу / сокр. пер. с фр. А. Л. Злотникова ; под. ред. и с предисл. Е. А. Менжинского. Москва : Внешторгиздат, 1962. 186 с.
54. Гиріна Т. С., Зикун Н. І. Хроніки утвердження образу українства в північноамериканському мультикультурному медіапросторі (1930 р. – початок 1931 р.). *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2020. № 2 (42). С. 28–34.
55. Головин В. Некорректное влияние. *Детектор медиа* : вебсайт. 2007. 10 січ. URL: <https://detector.media/rinok/article/8086/2007-01-10-nekorrektnoe-vlyuayue/> (дата звернення: 12.05.2018).
56. Гонгадзе М. Мені хочеться плакати, коли я вмикаю українські канали. *Розмова* : вебсайт. 2018. 3 серп. URL: <https://rozмова.wordpress.com/2018/09/05/myroslava-honhadze-5/> (дата звернення: 07.11.2018).
57. Горчинская О. Украинская журналистика: двигатель или рупор? *Детектор медиа* : вебсайт. 2018. 22 груд. URL: <https://detector.media/blogs/article/143590/2018-12-22-ukraynskaya-zhurnalistyka-dvygatel-yly-rupor/> (дата звернення: 15.01.2019).
58. Горчинська О. Анна Ткаченко: в ближайшие лет десять медиа изменится до неузнаваемости. *Детектор медиа* : вебсайт. 2019. 20 серп. URL: <https://detector.media/rinok/article/170014/2019-08-20-anna-tkachenko-v->

blyzhayshye-let-desyat-sfera-medya-uzmenytsya-do-neuznavaemosty/ (дата звернення: 18.11.2019).

59. Горчинська О. Енн МакЕлвой, «The Economist»: аналітику та журналістські розслідування не замінити соцмережами. *Детектор медіа*: вебсайт. 2019. 5 жовт. URL: <https://detector.media/community/article/171315/2019-10-05-enn-makelvoy-the-economist-analityku-ta-zhurnalistski-rozsliduvannya-ne-zaminyty-sotsmerezhamy/> (дата звернення: 15.12.2019).

60. Гофман И. Ю. Типология итальянских еженедельников и некоторые особенности еженедельной печати. *Вестник Московского университета. Серия: Журналистика*. 1998. № 5. С. 98–110.

61. Грень З. Англійський тижневик «The Economist» (1843–2000) як тип видання. *Збірник праць Науково-дослідного центру періодики*. Львів, 2000. Вип. 7. С. 357–365.

62. Грень З. Місце тижневика «The Economist» у системі британської преси першої половини ХІХ ст. *Збірник праць Науково-дослідного центру періодики*. Львів, 2006. Вип. 14. С. 416–423.

63. Грень З. Особливості структури спеціалізованого періодичного видання (на прикладі тижневика «The Economist»). *Збірник праць Науково-дослідного центру періодики*. Львів, 2007. Вип. 15. С. 422–428.

64. Грень З. Преса Великої Британії як об'єкт вивчення у працях українських медіадослідників. *Образ*. 2020. Вип. 2 (34). С. 42–53.

65. Грень З. Проблеми європейської інтеграції на сторінках тижневика «The Economist» (1997–2000 рр.). *Вісник Львівського університету. Серія журналістика*. Львів, 2001. Вип. 21. С. 311–316.

66. Грень З. Світ у 2050 році (за матеріалами публікацій журналу «The Economist» (1999 р.)). *Збірник праць Науково-дослідного центру періодики*. Львів, 2000. Вип. 8. С. 384–391.

67. Грень З. Тижневик «The Economist» у контексті розвитку журналістики Великої Британії ХІХ–ХХ століть. *Науковий вісник Волинського*

національного університету імені Лесі Українки. Серія Філологічні науки. Луцьк : ВНУ ім. Лесі Українки, 2009. № 23. С. 35–40.

68. Грень З. Україна на сторінках англійського тижневика «The Economist» (1991–2000 рр.). *Збірник праць Науково-дослідного центру періодики*. Львів, 2001. Вип. 9. С. 492–499.

69. Грень З. Українська нація в журналістському дискурсі «The Economist» (1991–2014 рр.). *Вісник Львівського національного університету. Серія журналістика*. Львів, 2015. Вип. 39. С. 16–20.

70. Грень З. «The Economist»: типологічні характеристики видання. *Збірник праць Науково-дослідного центру періодики*. Львів, 2008. Вип. 1 (16). С. 422–433.

71. Гриценко О. М., Шкляр В. І. Основи теорії міжнародної журналістики : підручник. Київ : ВПЦ «Київ. ун-т», 2002. 304 с.

72. Губик С. В. Когнитивно-дискурсивное исследование английского экономического массмедийного дискурса: на материале журнала «The Economist» : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.03. Уфа, 2006. 16 с.

73. Гудошник О. Трансмедіальні наративи коміксової журналістики: світовий та український досвід. *Communications and Communicative technologies*. 2020. Вип. 20. С. 32–41.

74. Гурьева С. А. Методологічні засади типологічного аналізу газетно-журнальної періодики в Україні. *Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. Серия: Филология*. 2005. Т. 18 (57). № 3. С. 78–81.

75. Гусева В. П. Вплив корупції на імідж України в світі. *Боротьба з організованою злочинністю і корупцією (теорія і практика)*. 2012. № 2. С. 113–119.

76. Пацюк С. Риторика навколо воюючої України. *Журнал «І»*. URL: http://ji-magazine.lviv.ua/2015/Dacyuk_Rytoryka_navkolo_voyuyuchoi_Ukrainy.htm (дата звернення: 10.05.2019).

77. Дачковська М. #НеЖіночаСправа. Огляд подій у світі нових медіа за 21 лютого – 8 березня. *Детектор медіа* : вебсайт. 2017. 10 бер. URL:

<https://ms.detector.media/sotsmerezhi/post/18538/2017-03-10-nezhinochasprava-oglyad-podiy-u-sviti-novykh-media-za-21-lyutogo-8-bereznaya/> (дата звернення: 08.09.2018).

78. Дейвіс Н. Європа: Історія. Київ : Основи, 2000. 1464 с.
79. Деловая пресса России: настоящее и будущее / Сост. В. Давыдов, М.Дзялошинская. Москва, 1999. 280 с.
80. Демченко В. Д. Трансформація типологічних особливостей «часопису новин» на українському медіа-ринку. *Українська періодика: історія і сучасність* : доп. та повідомл. восьмої Всеукр. наук.-теорет. конф. (23–25 жовтня 2003 р.). Львів, 2003. С. 469–474.
81. Демченко С. В. Масова комунікація як чинник формування громадського суспільства в незалежній Україні (глобальне і національне) : монографія. Дніпропетровськ : Вид-во Маковецький Ю. В., 2009. 368 с.
82. Денисенко А. М. Дослідження контенту ділової преси. *Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. Серия : Филология. Социальные коммуникации*. 2010. Т. 24 (63). № 4. Ч. 2. С. 37–47.
83. Деяк-Якобишин О. М. Колонка як форма журналістської творчості У. Н. Коннора (на прикладі його авторської колонки в лондонській газеті «Дейлі міррор», 50-ті рр. ХХ ст.). *Наукові записки Інституту журналістики*. 2013. Т. 51. С. 151–154.
84. Дзюба Є. Медіа-імідж країни: українська проблематика в іноземних ЗМІ. *Діалоги: медіа-студії*. URL: <http://www.dialogs.org.ua/ru/cross/page1819.html> (дата звернення: 15.07.2019).
85. Дорош М. Глобалізовані українці не мають достатньої підтримки з боку медіа. *Детектор медіа* : вебсайт. 2013. 9 серп. URL: <https://ms.detector.media/mediaanalitika/post/3260/2013-08-09-globalizovani-ukraintsi-ne-mayut-dostatnoi-pidtrymku-z-boku-media/> (дата звернення: 13.04.2015).
86. Дорош М. За межами грального поля. *Media Sapience* : вебсайт. 2012. 11 лип. URL: http://osvita.mediasapiens.ua/ethics/manipulation/za_mezhami_gralnogo_polya/ (дата звернення: 26.04.2014).

87. Дорош М. Україна у топ-темах світових ЗМІ. *Media Sapience* : вебсайт. 2013. 3 груд. URL: http://osvita.mediasapiens.ua/trends/1411977954/ukraina_u_topremakh_svitovikh_zmi/ (дата звернення: 26.01.2014).
88. Друль Н. Висвітлення причин фінансової кризи на сторінках якісних періодичних видань Європи – «The Economist» (Велика Британія) та «Коммерсантъ» (Росія). *Вісник Львівського університету. Серія: Журналістика*. 2011. Вип. 35. С. 262–269.
89. Дудченко Л. Медіаринок ділової періодики Великої Британії: сучасний стан, традиції, типологія. *Образ*. 2014. Вип. 15. С. 19–28.
90. Дудченко Л. М. Ділова преса України : монографія. Суми : СумДУ, 2019. 154 с.
91. Дудченко Л. М. Класифікація ділових видань у контексті типології ЗМІ як наукової проблеми. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2014. № 3 (19). С. 68–72.
92. Дуцик Д. Журналістська освіта: як подолати інерцію радянської доби? *Детектор медіа* : вебсайт. 2009. 8 лип. URL: <https://detector.media/production/article/46707/2009-07-08-zhurnalistiska-osvita-yak-podolaty-inertsiiyu-radyanskoj-doby/> (дата звернення: 13.12.2018).
93. Дуцик Д. Україна – ЄС – Росія: гра не закінчується? *Media Sapience* : вебсайт. 2013. 28 лист. URL: http://osvita.mediasapiens.ua/trends/1411977954/ukraina_es_rosiya_gra_ne_zakinchuetsya/ (дата звернення: 01.04.2015).
94. Економічна енциклопедія : у 3 т. / редкол.: С. В. Мочерний (відп. ред.) та ін. Т. 1. Київ : Видавничий центр «Академія», 2000. 864 с.
95. Еременко А. В. Деловая пресса России: история, типология, моделирование зданий : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10. Ростов-на-Дону, 2006. 16 с.
96. Жиленко І., Бадрак В. Порівняльна характеристика специфіки висвітлення теми голодомору 1932–1933 років у журналістській діяльності Гарета Джонса та Уолтера Дюранті. *Журналістика* : наук. зб. Київ : Ін-т журналістики КНУ імені Тараса Шевченка, 2015. Вип. 14 (39). С. 26–35.

97. Жиленко І. Р. Історія зарубіжної журналістики (від античності до II пол. XVIII ст.) : навч. посіб. Суми : СумДУ, 2010. 285 с.
98. Житарюк М. Г. Англійська преса про українську проблему. *Публіцистика і тенденції розвитку світу* : зб. наук. ст. Львів, 1999. С. 90–101.
99. Житарюк М. Г. Соціокультурна модель журналістики: традиції і новаторство : монографія. Львів, 2008. 416 с.
100. Жугай В. Й. Становлення якісної преси у посткомуністичному світі (на матеріалі українських ЗМІ) : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.01.08. Львів, 2006. 20 с.
101. Журнал «The Economist» перестав надходити в Україну через корупцію. *Media Sapience* : вебсайт. 2013. 8 серп. URL: http://osvita.mediasapiens.ua/media_law/world_journalists/zhurnal_the_economist_p_erestav_nadkhoditi_v_ukrainu_cherez_koruptsiyu/ (дата звернення: 10.12. 2013).
102. Закусило М. Тарас Загородний: Чем «Хрещатик» не более деловая газета, чем «Дело»? *Детектор медиа* : веб-сайт. 2009. 10 лют. URL: <https://detector.media/production/article/43650/2009-02-10-taras-zagorodnyu-chem-khreshchatyk-ne-bole-delovaya-gazeta-chem-delo/> (дата звернення: 12.11. 2018).
103. Зарубежная журналистика : ежегодник / под ред. Я. Н. Засурского. Москва : МГУ им. М. В. Ломоносова, 2006. 142 с.
104. Здоровега В. Теорія і практика журналістської творчості : підручник. Львів : ПАІС, 2004. 268 с
105. Засоби масової інформації зарубіжних країн : ретроспективний бібліогр. посіб. / упоряд. О. К. Мелещенко, Б. І. Черняков. Київ : ВПЦ «Київський ун-т», 2004. 253 с.
106. Зернецька О. В. Глобальний розвиток системи масової комунікації і міжнародні відношення. Київ : Освіта, 1999. 352 с.
107. Зикун Н. Економічна журналістика як концепт освітньої магістерської програми (Economic Journalism as a concept of Master's degree educational Programme). *Innovations in Science and Education: Challenges of our*

time : collection of scientific papers. London : IASHE, 2017. С. 233–236. URL: <http://ir.nusta.edu.ua/jspui/handle/doc/2761> (дата звернення: 23.02.2019).

108. Зикун Н. І., Бессараб А. О., Пономаренко Л. Г. Наратив як контентна основа міжнародних стратегічних комунікацій. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2020. № 1 (41). С. 4–11.

109. Зубенко О. Христя Фриланд: «У часи кризи найбільш поінформовані люди є найменш упевненими у прогнозах». *Детектор медіа* : вебсайт. 2009. 29 берез. URL: <https://detector.media/infospace/article/44489/2009-03-20-khrystyia-fryland-u-chasy-kryzy-naubilsh-poinformovani-lyudy-ie-naumensh-upevnenymu-u-prognozakh/> (дата звернення: 20.04.2018).

110. Зустріч Голови Верховної Ради УРСР Л. М. Кравчука із зарубіжними журналістами. *Голос України*. 1991. 24 серп. С. 2–3.

111. Іванов В. Ф. Массовая коммуникация : монографія. Київ : Академия Украинской Прессы, Центр Свободной Прессы, 2013. 902 с.

112. Іванов В. Ф. Стандарти новинної журналістики : навч. посіб. Київ : Академія Української Преси, Центр Вільної Преси, 2007. 72 с.

113. Іванов В. Ф., Костенко Н. В. Досвід контент-аналізу: моделі та практики : монографія. Київ : Центр Вільної Преси, 2003. 200 с.

114. «Інвестгазета» публікуватиме матеріали «The Economist». *Детектор медіа* : вебсайт. 2009. 4 груд. URL: <https://detector.media/withoutsection/article/49674/2009-12-04-investgazeta-publikuvatyme-materialy-the-economist/> (дата звернення: 02.05.2018).

115. Іфтемчук І., Урсуляк І. Бізнес. *Економічна енциклопедія* : у 3 т. / редкол.: С. В. Мочерний (відп. ред.) та ін. Т. 1. Київ : Видавничий центр «Академія», 2000. 863 с.

116. Карпова К. С. Мовні характеристики інформаційно-аналітичних повідомлень у сучасних британських ЗМІ. *Проблеми семантики, слова, речення та тексту*. Київ : Вид. центр КНЛУ, 2011. Вип. 26. С. 138–146.

117. Касьянов Г. Україна 1991–2007: нариси новітньої історії. Київ : Наш час, 2007. 432 с.

118. Каталог видань України 2005. II півріччя. Київ : Міністерство транспорту та зв'язку України, Державне підприємство по розповсюдженню періодичних видань «Преса», 2005. 272 с.

119. Катунін А. Україна в публікаціях «The Financial Times» і «The Economist» (липень – грудень 1998 року). *Міжнародна журналістика-99* / за заг. ред. О. Мелешенка. Київ, 1999. Вип. 1. С. 28–37.

120. Кирилова О. «The Guardian»: від другорядної манчестерської газети до одного з найбільш цитованих медіа світу. *Вісник Дніпропетровського університету. Серія: Соціальні комунікації*. 2013. Вип. 13. С. 60–67.

121. Кирилова О. В. Імерсивна журналістика: досвід світових новинних ресурсів. *Вісник Дніпропетровського університету. Серія: Соціальні комунікації*. 2017. Вип. 17. С. 51–57.

122. Кирилова О. В. Концепція персонального журналізму у пресі Сполучених Штатів Америки (історія формування та сучасний аспект проблеми) : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.01.08. Київ, 2004. 20 с.

123. Кирилова О. В., Докуніна К. О. «Таймс»: нове обличчя. *Вісник Дніпропетровського університету. Серія: Соціальні комунікації*. 2014. Вип. 14. С. 59–64.

124. Кириченко Т. До Інституту масової інформації не раз звертались по консультації журналісти, котрих намагались притягти до відповідальності за передруковані з зарубіжних видань матеріали. Харківська правозахисна група. *Інформаційний портал «Права людини в Україні»*. URL: <http://khp.org/1081257515> (дата звернення: 23.06.2014).

125. Климнюк Т. А., Гандзюк В. О. Ділова преса: історія і сучасність. *Масова комунікація: історія, сьогодення, перспективи*. Луцьк, 2012. № 2 (2). С. 97–99.

126. Кнур П. ...І некастрована мова вулиці. *Детектор медіа* : вебсайт. 2010. 22 лют. URL: <https://detector.media/rinok/article/51249/2010-02-22--i-nekastrovana-mova-vulytsi/> (дата звернення: 25.05.2018).

127. Ковпак В. Інформаційна доба: політичні прояви ідеології. *Діалог: медіа-студії*. 2012. № 15. С. 137–146.
128. Ковпак В. А. Матриця ідеї нації: соціокомунікативний вимір. *Поліграфія і видавнича справа*. 2015. № 1. С. 101–110.
129. Козлова Л. А. Становление аналитических еженедельников в постсоветской России. *Журналистика в 1998 году* : тезисы науч.-практ. конф. (1-28 февр. 1999 г.) : В 5 ч. Москва, 1999. Ч. 1. С. 39.
130. Колісник О. Періодизація історія преси Англії. *Діалог: Медіа-студії*. 2010. Вип. 10. С. 159–169.
131. Колісник О. М. Типологія газетної періодики Англії. *Вісник Харківської державної академії культури*. 2010. Вип. 29. С. 175–183.
132. Коллі М. С. Чому ми так страждаємо? *День*. 2008. 21 лист.
133. Косогова Л. И. Еженедельник «Экономист» и его место в периодической печати Великобритании. *Вестник Московского университета. Серия: Журналистика*. 1983. № 1. С. 55–63.
134. Косогова Л. И. Развернутая метафора как средство усиления речевого воздействия в английской буржуазной пропаганде (на материале английского еженедельника «Экономист»). *Вестник Московского государственного университета. Серия: Журналистика*. 1984. № 6. С. 66–75.
135. Крикун А. Джерело інформації – соціальні медіа. *Кореспондент*. 2012. 15 серп. URL: <https://blogs.korrespondent.net/blog/users/3332976-dzherelo-informatsii-sotsialni-media> (дата звернення: 14.05.2018).
136. Крикун А. Розвиток онлайн друкованих видань. *Кореспондент*. 2012. 28 авг. URL: <https://blogs.korrespondent.net/blog/users/3235698-rozvytok-onlain-drukovanuykh-vydan> (дата звернення: 15.05.2018).
137. Крючок М. Кому потрібна економічна журналістика в Україні? *Media Sapience* : вебсайт. 2017. 3 жовт. URL: <https://ms.detector.media/poglyad/post/19754/2017-10-03-komu-potribna-ekonomichna-zhurnalistyka-v-ukraini/> (дата звернення: 14.05.2018).

138. Кукушкін О. М. Стратегія розвитку вітчизняних періодичних видань (на прикладі газети «Бізнес»). *Поліграфія і видавнича справа*. 2006. Вип. 43. С. 46–51.

139. Кулев В. С. Деловая пресса России. Москва, 1996. 212 с.

140. Куряев А. Рождение манчестерского либерализма: агитация за отмену хлебных законов в Англии URL: [http://www.sotsium.ru/books/190/275/birth%20of%20manchester%](http://www.sotsium.ru/books/190/275/birth%20of%20manchester%20liberalism/). (дата звернення: 15.08.2007).

141. Кучерова О. О. Замітка як об'єкт дослідження теорії комунікації (на матеріалі британської преси). *Наукові записки НаУКМА. Серія: Філологічні науки*. 2004. Т. 34. С. 84–87.

142. Лазарчук О. Stereotipi iобрази України крізь призму британського тижневика «The Economist». *Сучасна медіакультура: концепт, концепції, перспективи (українсько-польський досвід)* : колективна монографія / Й. Лось, С. Гавронський, Т. Лильо, М. Уліта та ін. Львів : ЛНУ ім. І. Франка, 2012. С. 232–239.

143. Лазарчук О. С. Пошук нової організаційної моделі діловими виданнями на початку ХХІ ст. (на прикладі газети «The Financial Times»). *Наукові записки Інституту журналістики*. 2013. Т. 53. С. 216–219.

144. Лило Т. Я. Світоглядна журналістика навч. посіб. Львів : ПАІС, 2010. 152 с.

145. Ліс К. Чому деякі медіа успішніші за інші – дослідження. *EJO: European Journalism Observatoty* : вебсайт. 2015. 4 вер. URL: <https://ua.ejo-online.eu/2475/etyka-ta-yakist/%d1%87%d0%be%d0%bc%d1%83-%d0%b4%d0%b5%d1%8f%d0%ba%d1%96-%d0%bc%d0%b5%d0%b4%d1%96%d0%b0%d1%83%d1%81%d0%bf%d1%96%d1%88%d0%bd%d1%96%d1%88%d1%96-%d0%b7%d0%b0-%d1%96%d0%bd%d1%88%d1%96-%d0%b4> (дата звернення: 15.03.2019).

146. Ліченко А. Інтерактивна візуалізація як спосіб представлення великих обсягів даних у медіа (на прикладі видання «The Guardian»). *Вісник Львівського університету. Серія: Журналістика*. 2019. Вип. 45. С. 230–237.

147. Лішка Ю. Чи впливає економічна журналістика на економіку? *European Journalism Observatory* : веб-сайт. 2016. 7 квіт. URL: <https://ua.ejo-online.eu/2875/mediadoslidzhennia/%D1%87%D0%B8-%D0%B2%D0%BF%D0%BB%D0%B8%D0%B2%D0%B0%D1%94-%D0%B5%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D1%96%D1%87%D0%BD%D0%B0%D0%B6%D1%83%D1%80%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D1%96%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B0-%D0%BD> (дата звернення: 14.12.2018).
148. Лосев І. Синдром «Центральної Ради». *День*. 2011. 15 квіт.
149. Лось Й. Орієнтири сучасної медійної сфери західного світу. *Вісник Львівського університету. Серія: Журналістика*. 2011. Вип. 34. С. 24–32.
150. Лось Й. Д. Публіцистика і тенденції розвитку світу. Львів : ПАІС, 2008. 376 с.
151. Лукас Е. Найбільша проблема України – корумпований політичний клас. *День*. 2011. 30 серп. URL: <https://day.kyiv.ua/uk/article/den-planeti/20-rokiv-nezalezhnosti-zdobutki-i-prorahunki> (дата звернення: 02.01.2015).
152. Луценко О. Сучасна модель спеціалізованих видань з проблем економіки. *Вісник Львівського університету. Серія: Журналістика*. 2007. Вип. 30. С. 214–221.
153. Малий Т. Катерина Горчинська, *Kyiv Post*: Чого нам варто повчитись у західних ЗМІ. *Детектор медіа* : вебсайт. URL: <http://www.telekritika.ua/daidzhest/2013-10-18/86838> (дата звернення: 15.04.2019).
154. Марченко Н. Український дискурс в ефірі французького ТБ. *День*. 2015. 8 лют. URL: <https://day.kyiv.ua/uk/article/media/ukrayinskyu-dyskurs-v-efiri-francuzkogo-tb> (дата звернення: 05.11.2018).
155. Матвеев В. А. Империя Флит-стрит (Современная преса Англии). Москва : Госполитиздат, 1961. 303 с.
156. *MediaGuardian*: підсумки 2010. *Детектор медіа* : вебсайт. 2010. 27 груд. URL: <https://detector.media/rinok/article/58780/2010-12-27-mediaguardian-pidsumky-2010-roku/> (дата звернення: 12.05.2018).

157. Мелешенко О. К. Історія журналістики Великобританії : конспект лекцій. URL: www.journ.univ.kiev.ua/ij/tools/editor/uploads/.../GBr-konsp-lek.doc. (дата звернення: 10.02.2017).
158. Мелешенко О. К., Черняков Б. І. Чотири століття британської журналістики. *Наукові записки Інституту журналістики*. Київ, 2002. Т. 9 (жовтень – грудень). С. 191–228.
159. Мельник А. Консервативний погляд: публіцистика Роджера Скрутона у тижневику «The Spectator». *Вісник Львівського університету. Серія: Журналістика*. 2018. Вип. 44. С. 327–340.
160. Мельник Г. С., Виноградова С. М. Деловая журналистика : учеб. пособ. Санкт-Петербург : Питер, 2010. 304 с.
161. Методика типологического анализа периодической печати / под ред. О. А. Вороновой, Л. Л. Реснянской, И. А. Руденко. Москва : РИА-Новости, 1995. 236 с.
162. Михайлов С. А. Современная зарубежная журналистика : учебник. Санкт-Петербург : Изд-во Михайлова В. А., 2005. 319 с.
163. Москаленко А. З. Сучасна українська преса. Київ : [б. в.], 1999. 199 с.
164. Московцева В. В. Типологія друкованих засобів масової інформації : навч.-метод. посіб. Запоріжжя : ЗДУ, 2002. 44 с.
165. Мурзин Д. А. Очерк типологии деловой прессы. *Вестник Московского университета. Серия: Журналистика*. 2003. № 2. С. 64–75.
166. Невалов А. Г. Моніторинговий аналіз економічної тематики в українських ЗМІ. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2020. Т. 8. С. 67–78.
167. Новий тлумачний словник української мови : у 4 т. / уклад. В. Яременко, О. Сліпушко. Київ : Аконіт, 1998. Т. 1. 910 с.
168. Носова Б. М. Публіцистика Джуліана Барнса як осмислення соціальних і політичних явищ у Великій Британії кінця ХХ ст. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2013. Т. 51. С. 170–174.

169. О блог-платформе Investgazeta. URL: <https://investgazeta.ua/about> (дата звернення: 23.04.2018).
170. Огар Е. І. Проблеми типології сучасної науково-популярної книги. *Наукові записки*. Львів : Українська академія друкарства, 2001. № 3. С. 63–67.
171. Открывая «Мир в 2010». Сергей Вовк о пользе размышлений о будущем. *Инвестгазета*. 2009. № 49.
172. Павленко В. Інтерпретація подієвого концепту «Ukrainian protest» у британській якісній пресі. *Мова. Суспільство. Журналістика* : зб. матеріалів і тез XX (ювілейної) Міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 11 квітня 2014 р.). Київ : ВПЦ «Київ. ун-т», 2014. С. 94–95.
173. Павленко В. Медіарепрезентація Євромайдану: дискурсивний аналіз (на матеріалах якісних видань Великої Британії). *Вісник Львівського університету. Серія: Журналістика*. 2014. Вип. 39. Ч. 2. С. 71–76.
174. Палійчук А. В. Особливості розвитку сучасної ділової преси України. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2013. Т. 50. С. 33–35.
175. Питльована Л. Ю. Історія британського часопису «Панч» (1841–2002): феномен популярності. *Військово-науковий вісник*. Львів : АСВ, 2014. Вип. 21. С. 234–248.
176. Під час Всесвітнього економічного форуму в Давосі назвали десять найвпливовіших світових ЗМІ. URL: <http://www.telekritika.ua/kontekst/2015-01-23/102879> (дата звернення: 08.02.2017).
177. Потапенко С. І. Орієнтаційний простір сучасного англомовного медіа-дискурсу (досвід лінгвокогнітивного аналізу) : автореф. дис. ... д-ра філол. наук : 10.02.04. Київ, 2008. 33 с.
178. Потятиник Б. Медіа: ключі до розуміння. Львів : ПАІС, 2004. 312 с.
179. Потятиник Б. Шлях формування якісних медіа в Україні: елітарний чи егалітарний. *Медіакритика*. 2005. № 11. С. 1–15.
180. Потятиник Б., Лозинський М. Патогенний текст. Львів : Місіонер, 1996. 296 с.

181. Почапська О. Скандал-сенсація-розвага: ідеологія таблоїдизації сучасної преси (за матеріалами видання «The Times»). *Вісник Львівського університету. Серія: Журналістика*. 2013. Вип. 38. С. 413–418.
182. Почапська-Красуцька О. Сучасні друковані періодичні видання та їх інтернет-версії: фактори, що забезпечують успішну інтеграцію в сучасний медіа-простір. *Діалог: медіа-студії*. 2010. Вип. 11. С. 108–112.
183. Преса у Великобританії. *Друкарство*. 1996. № 1/2. С. 14–15.
184. Приходько О., Сколотяний Ю. За шість місяців серйозну реформу не здійснити. *Дзеркало тижня*. 2005. 2–9 груд.
185. Проблемы глобального масштаба: о чем писала мировая пресса на прошлой неделе. *Delo.ua*. 18 апр. 2016. URL: <https://delo.ua/econonomyandpoliticsinukraine/problemy-globalnogo-masshtaba-o-chem-pisala-mirovaja-pressa-na-p-315622/> (дата звернення: 11.11.2018).
186. Прохоров Е. П. Исследуя журналистику. Технические основы, методология, методика, техника работы исследователя СМИ : учеб. пособ. Москва : РИП Холдинг, 1998. 202 с.
187. Публіцистика і тенденції розвитку світу : зб. наук. пр. Львів, 1999. 176 с.
188. Редактор британського «The Economist» призвал выпихнуть Russia Today на задворки. *Детектор медіа* : вебсайт. 2015. 9 лют. URL: <https://detector.media/novosti/article/160809/2015-02-09-redaktor-brytanskogo-the-economist-pryzval-vyupkhnut-russia-today-na-zadvorky/> (дата звернення: 10.10.2018).
189. Редактор «The Economist», у якому був опублікований низький рейтинг Києва, отримав запрошення відвідати столицю України. *Детектор медіа* : вебсайт. 2017. 31 серп. URL: <https://detector.media/infospace/article/129445/2017-08-31-redaktor-the-economist-u-yakomu-buv-opublikovanyu-nyzkyu-reyting-kyieva-otrymav-zaprosHENnya-vidvidaty-stolytsyu-ukrainy/> (дата звернення: 31.10.2018).

190. Рендол Д. Універсальний журналіст : підручник / пер. з англ. М. Марченко. Київ : Київська типографія, 2007. 150 с.
191. Реснянская Л. Л. Эволюция газетно-журнальной периодики. *Вестник Московского университета. Серия: Журналистика*. 1994. № 4. С. 23–32.
192. Рижко О. М. Парадигма європейських цінностей у віддзеркаленні українських ЗМІ. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2014. № 1–2. С. 36–40.
193. Різун В., Скотникова Т. Методи наукових досліджень у журналістикознавстві : навч. посіб. Київ : ВПЦ «Київ. ун-т», 2005. 104 с.
194. Романдаш А. Головред «Радіо Свобода»: У журналістиці є ситуації, коли не можна залишатись нейтральним. *Media Sapience*. 2015. 24 верес. URL: http://osvita.mediasapiens.ua/ethics/standards/golovred_radio_svoboda_u_zhurnalistitsi_e_situatsii_koli_ne_mozhna_zalishatis_neutralnim/ (дата звернення: 12.11.2018).
195. Романдаш А. Україна у закордонних медіа: маємо творити, а не читати новини. *Media Sapience* : вебсайт. URL: <https://ms.detector.media/mediaanalitika/post/11830/2014-11-15-ukraina-u-zakordonnykh-media-maiemotvoryty-a-ne-chytaty-novyny/> (дата звернення: 12.05.2016).
196. Руденко Н. Сугестивний інструментарій електронної версії газети «The Guardian». *Образ*. 2018. Вип. 1 (27). С. 119–127.
197. Рэддик Р., Кинг Э. Журналистика в стиле он-лайн. Москва : Нац. ин-т прессы : Вагриус, 1999. 415 с.
198. Сатурин Д. Очерк периодической печати в Англии. *Периодическая печать на Западе*. Санкт-Петербург, 1904. С. 101-166.
199. Себайн Дж. Г., Торсон Т. Л. Історія політичної думки / пер. з англ. Київ : Основи, 1997. 838 с.
200. Сіріньок-Долгарьова К. Г. Глобальний новинний дискурс: тенденції функціонування англomовних Інтернет-медіа : монографія. Київ – Запоріжжя : ЗНУ, 2012. 183 с.

201. Сірук М. Едвард Лукас: Стара модель журналістики як бізнесу зазнала краху. *День*, 2016. 17 черв. URL: <https://day.kyiv.ua/uk/article/media/stara-model-zhurnalistyky-yak-biznesu-zaznala-krahu> (дата звернення: 15.05.2018).
202. Скандальні чи ділові? *Детектор медіа* : вебсайт. 2006. 9 лист. URL: <https://detector.media/rinok/article/7758/2006-11-09-skandalni-chy-dilovi/> (дата звернення: 12.05.018).
203. СКМ занялась своим имиджем. *Инвестгазета*. 2005. 15 авг.
204. Скуба В. Не відстороненість, а включеність. *День*. 2010. 24 груд. URL: <https://day.kyiv.ua/uk/article/media/ne-vidstoronenist-vklyuchenist> (дата звернення: 10.08.2018).
205. Слісаренко І. Міжнародний імідж України після «Помаранчевої революції»: інформаційні виклики. *Персонал* : журнал інтелектуальної еліти. 2005. № 2. URL: <http://www.personal.in.ua/article.php?ida=111> (дата звернення: 03.08.2014).
206. Смирнова И. С. Становление и развитие финансово-экономической прессы Великобритании (на примере «Financial Times») : автореф. дисс. ... канд. филол. наук : 10.01.10. Санкт-Петербург, 1999. 16 с.
207. Соколов В. С., Виноградова С. М. Периодическая печать Великобритании : учеб. пособ. Санкт-Петербург : Изд-во Санкт-Петерб. ун-та, 2000. 112 с.
208. Соколов В. С. и др. Журналистика западноевропейских стран : учеб. пособ. Ленинград : Изд-во ЛГУ, 1990. 104 с.
209. Средства массовой информации Великобритании, Франции, Италии, Польши, ЮАР в 1995 году. *Вестник Московского университета. Серия: Журналистика*. 1996. № 4. С. 46–94.
210. Срібняк І. В., Палієнко М. Г. Британська преса і журналістика в XVII–XX ст. Київ, 2005. 26 с.
211. Стандаж Т. СМІ переходят на платный доступ к информации. *Детектор медіа* : вебсайт. 2011. 8 січ. URL: <https://detector.media/>

withoutsection/article/58981/2011-01-08-smy-perekhodyat-na-platnyy-dostup-k-unformatsyy/ (дата звернення: 12.05.201).

212. Тангент М. Как крупнейшие медиакомпании выживают на рынке и борются за лидерство / пер. с англ. Москва : Альпина Бизнес Букс, 2006. 252 с.

213. Теплова Л. А. Информационно-аналитические еженедельные журналы: тип и профиль. *Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика*. 2003. № 2. С. 47–48.

214. Типология периодической печати : учеб. пособ. / М. Е. Аникина, В. В. Баранов, О. А. Воронова и др. ; под ред. М. В. Шкондина, Л. Л. Реснянской. Москва : Аспект Пресс, 2007. 236 с.

215. Толокольников К. Головред Kyiv Post Браян Боннер: при Януковичі нас двічі хотіли купити – спершу його олігарх Курченко, потім – Фірташ. *Детектор медіа* : вебсайт. 2015. 14 лип. URL: <https://detector.media/rinok/article/109202/2015-07-14-golovred-kyiv-post-brayan-bonner-pry-yanukovychi-nas-dvichi-khotily-kupyty-spershu-yogo-oligarkh-kurchenko-potim-firtash/> (дата звернення: 13.04.2018).

216. Толокольников К. Як продати ідею західним медіа, або секрети виживання фрілансерів. *Media Sapience* : вебсайт. 2015. 15 серп. URL: <https://ms.detector.media/maister-klas/post/13974/2015-08-15-yak-prodaty-ideyu-zakhidnym-media-abo-sekrety-vyzhyvannya-frilanseriv/> (дата звернення: 12.08.2018).

217. Трыков В. П. Зарубежная журналистика XIX века : учеб. пособ. Москва : Камерон, 2004. 608 с.

218. Трыков В. П. История зарубежной журналистики. От истоков до Второй мировой войны : учеб. пособ. для студ. вузов. Москва : Инфомедиа Паблшерз, 2007. 439 с.

219. Тхоровська С. В. Ідеологічний дискурс англомовної преси (лінгвокогнітивні аспекти) : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Львів, 2010. 19 с.

220. Туган-Барановский М. И. Промышленные кризисы. Очерк из социальной истории Англии. Киев : Наук. думка, 2004. 368 с.

221. «The Economist» стверджує, що не викреслював Україну з переліку країн-розповсюджувачів. *Media Sapience* : вебсайт. URL: http://osvita.mediasapiens.ua/web/online_media/the_economist_stverdzhue_scho_ne_vikreslyuvav_ukrainu_z_pereliku_krainrozpovsyudzhuvachiv/ (дата звернення: 22.04.2017).

222. Українське журналістикознавство. Дисертаційні дослідження, 1982–2000 рр. : бібліогр. покажч. / укл. Б. І. Черняков. Київ : Київ. нац. ун-т імені Тараса Шевченка, Інститут журналістики, 2000. 63 с.

223. Українське журналістикознавство в працях науковців Інституту журналістики Київського університету імені Тараса Шевченка, 1993–1998 : вибрана бібліогр. / уклад. В. Ф. Іванов, Б. І. Черняков. Київ : Київ. нац. ун-т імені Тараса Шевченка, 1998. 23 с.

224. Українські та іноземні журналісти обурені публікацією персональних даних колег сайтом «Миротворець» (Заява). *Детектор медіа* : вебсайт. 2016. 11 трав. URL: <https://detector.media/community/article/114995/2016-05-11-ukrainski-ta-inozemni-zhurnalisty-obureni-publikatsiieyu-personalnykh-danykh-koleg-saytom-myrotvorets-zayava/> (дата звернення: 25.07.2018).

225. Ханова А. Французский журнал «Экспансьон» на рынке деловой прессы. URL: <http://www.rela.rsu.ru/n40/jur40.html> (дата звернення: 10.05.2009).

226. Харитонов В. Сеть насквозь. *Детектор медіа* : вебсайт. 2010. 4 серп. URL: <https://detector.media/withoutsection/article/54830/2010-08-04-set-naskvoz/> (дата звернення: 17.07.2014).

227. Хітрова Т. В. Історія зарубіжної журналістики : навч.-метод. посіб. Запоріжжя : ЗНТУ, 2019. 145 с.

228. Хотюн Л. Сучасні таблоїдні ЗМІ України, Великої Британії та США. *Вісник Львівського університету. Серія: Журналістика*. 2011. Вип. 34. С. 217–221.

229. Хотюн Л. Типологічні особливості «часопису новин» на сучасному етапі (світовий досвід та українські реалії) : автореф. дис. ... канд. наук із соц. комунікацій : 27.00.04. Запоріжжя, 2013. 16 с.
230. Чотири книги про найкраще в газетній журналістиці. *Media Sapience* : вебсайт. 2011. 26 січ. URL: http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/mediaosvita/chotiri_knigi_pro_naykrasche_v_gazetniy_zhurnalistitsi/ (дата звернення: 25.03.2015).
231. Шкондин М. В. Система средств массовой информации (Основы организации и характер структурной трансформации в условиях реформирования общества). Москва : Изд-во МГУ, 2000. 213 с.
232. Шостак М. И. Еженедельник как тип издания. Москва : Изд-во МГУ, 1986. 51 с.
233. Шутяк Л. Світоглядна есеїстика Вірджинії Вульф. *Вісник Львівського національного університету. Серія: Журналістика*. 2009. Вип. 32. С. 182–189.
234. Щукина Э. С чего начинается «Бизнес». *Бизнес*. 2003. 3 февр. № 5 (524). С. 10.
235. Якою бачить Україну міжнародна спільнота? *Національна безпека і оборона*. 2000. № 3. С. 5.
236. Яніцький А. Тимофій Брік: Екзит-пол – це золотий стандарт вимірювань. *Детектор-медіа* : вебсайт. 17 квіт. 2019. URL: <https://detector.media/infospace/article/166535/2019-04-17-tymofiy-brik-ekzyt-pol-tse-zolotyuy-standart-vumiryuvan/> (дата звернення: 05.06.2019).
237. Abrahamsom D. Magazine Exceptionalism: The Concept, the Criteria, the Challenge. *Journalism Studies*. 2007. July. P. 667–670.
238. Abrahamson D. Magazines in the Twentieth Century. *History of Mass Media in the United States : An Encyclopedia*. New York : Garland Publishing, 1997. URL: <http://abrahamson.medill.northwestern.edu/WWW/Articles/Blancha> (дата звернення: 06.06.2018).

239. Abrahamson D. *The Routledge Handbook of Magazine Research: The Future of the Magazine Form*. Routledge, 2017. 670 p.
240. Alastair Burnet [Obituary]. *The Economist*. 2012. 28 Jul. URL: <https://www.economist.com/obituary/2012/07/28/alastair-burnet> (дата звернення: 08.12.2015).
241. Alexander R. J. Article Headlines in «The Economist». An analysis of Puns, Allusion and Metaphors. *AAA: Arbeiten Aus Anglistic Und Amerikanistik*, 1986. Vol. 11. № 2. P. 159–177. URL: www.jstor.org/stable/43023400 (дата звернення: 13.07.2018).
242. Alison S. P. The Economist Building. *A+U-Architecture and Urbanism*. 2017. Issue 566. P. 94–95.
243. Andrews A. The History of British Journalism: From the Foundation of the Newspaper Press in England, to the Repeal of the Stamp Act in 1855 : in 2 vol. London : Richard Bentley, 1859. Vol. 1. 704 p.; Vol. 2. 365 p.
244. Anonymous Journalism. London : James Ridgeway, 1855. 31 p.
245. Arrese A. Economic and financial press: From the Beginnings of the First Oil Crisis. Pamplona : Eunsa, 2001. 192 p.
246. Arrese A. From Gratis to Paywalls. A brief history of a retro-innovation in the press's business. *Journalism Studies*. 2016. Vol. 17. Issue 8. P. 1051–1067.
247. Arrese A. «It's Anonymous. It's The Economist». The Journalistic and Business Value of Anonymity. *Journalism Practice*. 2020. March. DOI: 10.1080/17512786.2020.1735489 (дата звернення: 23.12.2018).
248. Arrese A. Prensa economica. Pamplona : Eunsa, 2002. 440 p.
249. Arrese A. The role of economic journalism in political transitions. *Journalism*. 2017. Vol. 18. Issue 3. P. 368–383.
250. Atkins O. The Economist relaunches its lifestyle magazine, 1843. *The Drum*. 2019. 30 March. URL: <https://www.thedrum.com/news/2019/03/13/the-economist-relaunches-its-lifestyle-magazine-1843> (дата звернення: 06.05.2018).
251. Bagdikian B. H. The newsmagazines. Promotion Department, Providence Journal Company, 1958. 27 p.

252. Baird R. N., Turnbull A. T. *Industrial and business journalism*. New York : Chilton Company, Book Division, 1961. 402 p.
253. Barker H. *Newspapers and English Society 1695–1855*. London : Routledge, 2000. 256 p.
254. Barrington R. *Life of Walter Bagehot*. Loscberg : Jazzybee Verlag, 1914. 366 p.
255. Beckerman G. Economist Predicts a Dim Future for Newspapers. *Columbia Journalism Review*. 2006. 25 Aug. URL: https://archives.cjr.org/behind_the_news/economist_predicts_a_dim_futur.php (дата звернення: 15.05.2017).
256. Berger P. *The Capitalist Revolution: fifty propositions about prosperity, equality and liberty*. Wilwood House, Aldershot, 1987. P. 7–8.
257. Berry N. *Articles of Faith: The Story of British Intellectual Journalism*. Waywiser Press, 2008. 400 p.
258. Besomi D. *Crisis and Cycles in Economic Dictionaries and Encyclopaedias*. London : Routledge, 2013. 624 p.
259. Bill Emmot : web site. URL: <http://billemmott.com/> (дата звернення: 08.03.2018).
260. Bill Emmot, Economist editor, Steps down after 13 years in the chair. *The Economist Group. Media Information*. URL: <http://www.economistgroup.com/MediaInformation/bill.html> (дата звернення: 14.08.2017).
261. *Biographical Studies of the late Walter Bagehot* / edited by Hutton R. H. Longmans : Gree & Co, 1902. 398 p.
262. Bird R. Crowther, Geoffrey, Baron Crowther (1907–1972). *Oxford Dictionary of National Biography*. URL: <https://www.oxforddnb.com/view/10.1093/ref:odnb/9780198614128.001.0001/odnb-9780198614128-e-30988> (дата звернення: 16.01.2018).
263. Bishop M. *Essential Economics*. Bloomberg Press, 2004. 256 p.

264. Blinova O. A. National-Cultural Features of Political Discourse of English Press (on Material of Article from «The Economist»). *Nauchnyi Dialog*. 2017. Issue 3. P. 19–30.

265. Bloomgarden-Smoke Cara. The Economist is a newspaper, even Though it doesn't look like one. *Observer*. 2013. 9 Febr. URL: <https://observer.com/2013/09/the-economist-is-a-newspaper-even-though-it-doesnt-look-like-one/> (дата звернення: 15.04.2018).

266. Book Reviews: The Economist's View of the World: Governments, Markets, and Public Policy. *Philosophy of the Social Sciences*. 1988. Issue 18. P. 559–561.

267. Bourne H. R. English Newspapers : Chapters in the History of Journalism. Vol. 2. London : Chatto & Windus, 1887. 413 p.

268. Bowman W. The Story of «The Times». London : George Routledge and Sons, Ltd., 1931. 342 p.

269. Brainard C. Must-read-2012: science. *Columbia Journalism Review*. 2012. 27 Dec. URL: https://archives.cjr.org/the_observatory/year-end_reads_science.php (дата звернення: 15.07.2018).

270. Brainard C. Temperate Coverage of Extreme Weather. *Columbia Journalism Review*. 2010. 12 Aug. URL: https://archives.cjr.org/the_observatory/temperate_coverage_of_extreme.php (дата звернення: 15.07.2018).

271. Brainard C. The Economist wants to put Greenbacks Behind Green Industry. *Columbia Journalism Review*. 2006. 14 Sept. https://archives.cjr.org/behind_the_news/the_economist_wants_to_put_gre.php (дата звернення: 15.07.2018).

272. Brake L., Demoor M. Dictionary of Nineteenth-century Journalism in Great Britain and Ireland. Ghent and London : Academia Press, 2009. 1014 p.

273. Brett M. How to read the financial pages : A simple guide to the money world and how to understand jargon. London : Cornerstone, Random House Business Books, 1987. 160 p.

274. Brill S. Column. *Reuters* : web-site. URL: <https://www.reuters.com/article/brill-smokers/column-how-obamacare-burns-smokers-the-economists->

anonymous-staff-and-new-york-citys-bike-sharing-program-idUSL1N0HY0OY20131008 (дата звернення: 12.11.2015).

275. British Library Concise History of the British Newspaper Since 1620. URL: <http://www.bl.uk/colections/britnews.html> (дата звернення: 12.11.2015).

276. Broersma M. Americanisation, or: the Rhetoric of Modernity. How European Journalism Adapted US Norms, Practices and Conventions. *The Handbook of European Communication History* / ed. by K. Arnold, P. Preston, and S. Kinnebrock. Chichester and Malden : Wiley, 2018. 520 p.

277. Buchan A. The Spare Chancellor: The Life of Walter Bagehot. London : Chatto & Windus. 1959. 287 p.

278. Chambers J. News Hunting on Three Continents. New York : Mitchel Kennerly, 1921. 405 p.

279. Changes in the 19th Century British Press. URL: http://www.courseworkbank.co.uk/coursework/changes_the_th_century_british_press_1998/ (дата звернення: 13.12.2017).

280. Chittum R. The Economist on Bank's Revisionist History. *Columbia Journalism Review*. 2009. 16 June. URL: https://archives.cjr.org/the_audit/the_economist_on_banks_revisio.php (дата звернення: 14.12.2017).

281. Chittum R. The Economist on the Libor Scandal. *Columbia Journalism Review*. 2012. 6 July. URL: https://archives.cjr.org/the_audit/the_libor_scandal.php.

282. Chittum R. The Economist's Success Is not a Marketing Story. *Columbia Journalism Review*. 2010. 9 Aug. URL: https://archives.cjr.org/the_audit/nyt_economist_marketing.php (дата звернення: 15. 10. 2018).

283. Conboy M. Journalism in Britain. London : Sage Publications Ltd, 2011. 240 p.

284. Conboy M., Steel J. The Routledge Companion to British Media History. London : Routledge, 2014. 610 p.

285. Crowther G. The Economic Reconstruction of Europe. Claremont : Claremont College, 1948. 79 p.

286. Crowther G. *The Wealth and Poverty of Nations*. Claremont : Claremont College, 1957. 48 p.
287. Curtis M. *The Press*. London : New Chronicle Publications Dept., 1951. 68 p.
288. Deligiaouri A. Economic crisis and Greek crisis discourse. A discourse analysis of articles from *The Economist* referring to Greece (2009–2011). *Journal of Language and Politics*. 2019. Vol. 18. Issue 2. P. 231–251.
289. *Dictionary of Political Economy* / edited by Palgrave R. H., Inglis R. R. S. Vol. 1. 1894. 800 p. ; Vol. 2. 1896. 965 p. ; Vol. 3. 1899. 760 p.
290. Donald Tyerman. *Annual Obituary*, 1981 / ed. Podell J. London : Tomson Gale, 1982. P. 81.
291. Duguid C. *How to read the money article*. London : E.Wilson, 1901. 130 p.
292. Edwards R. D. *The Pursuit of Reason*. London : Hamish Hamilton, 1993. 1020 p.
293. Elfenbein J. *Business Journalism*. 2nd ed. New York : Harper, 1960. 352 p.
294. Emery M., Smythe C. *Readings in mass communication. Concepts and issues in the mass media*. 4th ed. W. C. Brown Company, 1980. 483 p.
295. Emmot B. Foreword. *The Routledge Handbook of Magazine Research: The Future of the Magazine Form* / ed. by D. Abrahamson and M. R. Prior-Miller. London : Routledge, 2015. 670 p.
296. Escott T. *Masters of English Journalism. A Study of Personal Forces*. London : T. F. Unwin, 1911. 368 p.
297. Forsyth D. *The business press in America. 1750–1865*. Philadelphia Chilton Books, 1964. 394 p.
298. Fridman M., Fridman R. *Free to Choose*. Harcourt, 1980. 338 p.
299. Fuchs J. News you can take with you. *Columbia Journalism Review*. 2015. May / June. URL: https://www.cjr.org/the_experiment/news_you_can_take_with_you.php (дата звернення: 12.07.2018).

300. Garber M. Another Brick in the Paywall: Economist Edition. *Columbia Journalism Review*. 2009. 6 Oct. URL: http://www.cjr.org/the_kicker/another_brick_in_the_paywall_e.php (дата звернення: 14.12.2019).
301. Google запустив сервіс, який вимірює рівень тролінгу в коментарях. *Media Sapience* : вебсайт. 2017. 27 лют. URL: <https://ms.detector.media/it-kompanii/post/18469/2017-02-27-google-zapustyv-servis-yakuu-vymiryuie-riven-trolingu-v-komentaryakh/> (дата звернення: 14.05.2018).
302. Gordon S. The London Economist and the High Tide of Laissez-Faire. *Journal of Political Economy*. 1955. Decemb. P. 461–488.
303. Grampp W D. The Manchester School of Economics. London : Oxford University Press, 1960. 155 p.
304. Grant J. The Newspaper press, its origin-progress-and present position : In 2 vol. London, 1871. Vol. 2. 466 p.
305. Grayson R. S. Walter Layton. *The Dictionary of Libera Thought*. Politico's Publishing, 2007. P. 206–208.
306. Greco A. Business journalism. New York University Press, 1988. 265 p.
307. Greenslade R. Why print newspapers remain the dominant media power in Britain. *The Guardian*. 2015. 16 Febr. URL: <https://www.theguardian.com/media/greenslade/2015/feb/16/why-print-newspapers-remain-the-dominant-media-power-in-britain> (дата звернення: 12.03.2018).
308. Grosvenor P. Liberalism at Large: The World According to the Economist. *Victorian Periodicals Review*. 2020. Vol. 53. Issue 2. P. 304–306.
309. Grunwald E. The business press editor. New York University Press, 1988. 200 p.
310. Guttenplan D. D. The Americanization of the Economist. *Columbia Journalism Review*. 1993. Vol. 32, n. 1. P. 55-59.
311. Haefliger M. The Economist – The weekly newspaper of London. *DU-Die Zeitschrift der Kultur*. 1999. Issue 6. P. 22–24.

312. Hall Ch. Will EROI be the Primary Determinant of our Economic Future? The view of the Natural Scientist versus the Economist. *Joule*. 2017. Vol. 1 Issue 4. P. 35–38.
313. Hampton M. Visions of the Press in Britain, 1850–1950. Illinois : University of Illinois Press, 2004. 232 p.
314. Handy J., Kirkpatrick M. D. «A Terrible Necessity»: The Economist on India. *Annales Canadiennes D Histoire* : Canadian Journal of History. 2016. Vol. 51 Issue 2. P. 269–299.
315. Harjuniemi T. Reason over Politics The Economist's historical framing of austerity. *Journalism Studies*. 2019. Vol. 20. Issue 6. P. 804–822.
316. Hatton J. Journalistic London. Being a series of sketches of famous pens and papers of the day. London : Sampson Low, Marston, Searle & Rivington 1882. 249 p.
317. Herd H. The March of Journalism: The Story of the British Press from 1622 to the Present Day. London : George Allen & Unwin, 1952. 352 p.
318. Herd H. The March of Journalism: The Story of the British Press from 1622 to the present day. Greenwood : Greenwood Press, 1973. 352 p.
319. Hirina T., Zykun N. Chronicles of Affirmation of the Image of Ukrainians in the North American Multicultural Media Space (1930 – beginning of 1931). *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2020. № 2 (42). С. 28–34.
320. History of British Newspapers. URL: <http://www.newspapersoc.org.uk/Default.aspx?page=304> (дата звернення: 13.12.201).
321. Hogben J. Richard Holt Hutton of «The Spectator»: A monograph. Edinburg : Olyver and Boyd, 1899. 114 p.
322. Howe A. C. Palgrave, Sir (Robert Harry) Inglis. (1827–1919). *Oxford Dictionary of National Biography*. <https://www.oxforddnb.com/view/10.1093/ref.odnb/9780198614128.001.0001/odnb-9780198614128-e-61689?rskey=8yXbou&result=6> (дата звернення: 27.01.2018).
323. Hubback D. No Ordinary Press Baron: A Life of Walter Layton. London : Weidenfeld & Nicolson, 1985. 271 p.

324. Hubeno D. Frame Analysis of the New York Times coverage of Presidential Elections and the «Orange» Revolution in Ukraine in 2004. *Масмедіум*. Вип. 22. Серія: Журналістика. Київ, 2006. С. 14–20.
325. Hunt F. The Fourth Estate: Contributions towards A History of Newspapers, and of the Liberty of the Press : in 2 vol. London : David Bogue, 1850. 298 p.
326. Hutton R. H. A Victorian Spectator: Uncollected writings of R. H. Hutton / ed. by R. H. Tener, M. Woodfield. Bristol : Bristol Press, 1991. 291 p.
327. Iber P. The Economist's 170-year effort to uphold liberal capitalism. *New Republic*. 2020. Vol. 251. Issue 1–2. P. 49–52.
328. John Micklethwait: Great mind like a think. *Independent*. 2007. 8 Jan. URL: <https://www.independent.co.uk/news/media/john-micklethwait-great-minds-think-431185.html> (дата звернення: 12.01.2017).
329. Jolly Jihij. News roundups can be part of smart media diet. *Columbia Journalism Review*. 2014. 12 Dec. URL: https://archives.cjr.org/news_literacy/news_roundups.php (дата звернення: 04.04.2014).
330. Journalism: Critical Issues / ed. S. Allan. Maidenhead, England : Open University Press, 2005. P. 27.
331. KAL Cartoonist. *Satirist*. *Animator* : вебсайт. <https://www.kaltoons.com/about/> (дата звернення: 12.04.2019).
332. King A., Easley A., Morton J. The Routledge Handbook to Nineteenth-Century British Periodicals and Newspapers. London : Routledge, 2016. 476 p.
333. Kitch C. Theory and Methods of Analysis. Models for Understanding Magazines. *The Routledge Handbook of Magazine Research: The Future of the Magazine Form*. London : Routledge, 2016. 670 p.
334. Kobler J. Luce, his Life, Time and Fortune. New York : Doubleday, 1968. 296 p.
335. Kobre S. Foundations of American journalism. Tallahassee : Florida State University, 1958. 362 p.

336. Koss S. *The Rise and Fall of the Political Press in Britain*. University of North Carolina Press. Chapel Hill, NC., 1984. Vol. 2. 690 p.
337. Kung L. *Innovators in Digital News*. London, New York : Bloomsbury Publisheng, 2015. 144 p.
338. Langfitt F. «Economist» Magazine Wins American Readers. *NPR: National Public Radio*. 2006. 8 March. URL: <http://www.npr.org/templates/story/story.php?storyId=5250996> (дата звернення: 26.03.2018).
339. Liga.net повідомляє про новий дизайн та запуск рекламної кампанії. *Детектор медіа* : вебсайт. 3 квітня 2018. Режим доступу: <https://detector.media/rinok/article/136234/2018-04-03-liganet-povidomlyaie-pro-novuuy-dyzayn-ta-zapusk-reklamnoi-kampanii/> (дата звернення: 18.04.2019).
340. Lischka J. *Economic News, Sentiment and Behavior*. Zurich : Springer Fachmedien Wiesbaden, 2016. 129 p.
341. Longobardi E. «The Economist (Heart) Utah». *Columbia Journalism Review*. 2008. 7 Nov. URL: https://archives.cjr.org/the_audit/a_utah_press_release_from_the.php (дата звернення: 07.11.2017).
342. Macrae N. Tyerman D. (1908–1981). *Oxford Dictionary of National Biography*. URL: <https://www.oxforddnb.com/view/10.1093/ref:odnb/9780198614128.001.0001/odnb-9780198614128-e-31777> (дата звернення: 08.02.2018).
343. Magazines. Conclusion. *The State of the News Media. An Annual Reprt on American Journalism*. URL: http://www.stateofthenewsmedia.org/2008/narrative_magazines_audience.php?cat=2&media=9 (дата звернення: 25.12.2017).
344. Manson E. *Trade, Technical and Specialized Periodicals. The Practice of Journalism* / ed. by Dodge J., Viner G. Springer, 1963. 351 p.
345. Marr A. *My Trade. A short History of British Journalism*. London : Pan Books, 2004. 408 p.
346. Marx G. Everybody's on Edge. *Columbia Journalism Review*. 2009. 20 November. URL: https://archives.cjr.org/behind_the_news/covers_1.php (дата звернення: 25.12.2017).

347. McArthur J. Book Review: Liberalism at Large: The World According to the Economist. *LSE impact blog*. 2020. 14 June. URL: <https://blogs.lse.ac.uk/impactofsocialsciences/2020/06/14/book-review-liberalism-at-large-the-world-according-to-the-economist-by-alexander-zevin/> (дата звернення: 15.05.2020).
348. McCloskey D. *The Rhetoric of Economics*. 2nd ed. The University of Wisconsin Press, 1998. 248 p.
349. McCusker J. J. *The Business Press in England before 1775. Essays in the Economic History of the Atlantic World* / John J. McCusker. London : Routledge, 2005. P. 99–121.
350. McKay J. *The Magazines Handbook*. London : Routledge, 2013. 348 p.
351. McNair B. *Journalism and Democracy: An Evaluation of the Political Public Sphere*. London : Routledge, 2000. 224 p.
352. McNair B. *News and Journalism in the UK*. London : Routledge, 2009. 210 p.
353. Medema S. G. The Economist and The Economist's Audience. *Journal of the History of Economic Thought*. 2019. Vol. 41. Issue 3. P. 335–341.
354. *Media Economics: theory and practice* / edited by A. Alexander. London : Routledge, 2003. 312 p.
355. MediaGuardian: підсумки 2010 року. *Детектор медіа* : вебсайт. 2010. 10 груд. URL: <https://detector.media/rinok/article/58780/2010-12-27-mediaguardian-pidsumky-2010-roku/> (дата звернення: 12.06.2018).
356. Menon E. P. *Journalism as a Profession*. Vidya Vilasam Press, 1930. 103 p.
357. Menon R., Rumer E. *Conflict in Ukraine: The Unwinding of the Post-Cold War Order*. Cambridge : The MIT Press, 2015. 248 p.
358. Merrill J. *The Elite Press*. New York : Pitman Publishing Corp., 1968. 336 p.
359. Metlok J. Nowhere nation. *New York Review of Books*, 2000. P. 41–44.
360. Mishra P. Liberalism according to The Economist. *The New Yorker*. 2019. 4 Nov. URL: <https://www.newyorker.com/magazine/2019/11/11/liberalism-according-to-the-economist> (дата звернення: 02.02.2020).

361. Morris C. The Economist Style Guide. *TLS-The Times Literary Supplement*. 2010. Issue 5585. P. 30–31.
362. Morris K. American dreams: one hundred years of business ideas and innovation from the Wall Street Journal. New York : Abrams, 1990. 224 p.
363. Moses L. The Economist sets Digital Rate Base. *Adweek*. 25 Sept. 2012. URL: <https://www.adweek.com/performance-marketing/economist-sets-digital-rate-base-143969/> (дата звернення: 05.03.2020).
364. Negrine R. Politics and Mass Media in Britain. *Canadian Journal of Communication*. 1991. Vol. 16. No 3. URL: <http://www.cjc-online.ca/viewarticle.php?id=58&layout=html> (дата звернення: 05.03.2020).
365. «Newsweek» має намір скоротити штат, наклад і обсяг. *Детектор медіа* : вебсайт. 2008. 12 груд. URL: <https://detector.media/withoutsection/article/42604/2008-12-12-newsweek-maie-namir-skorotyty-shtat-naklad-i-obsyag/> (дата звернення: 12.15.2018).
366. Nutt Wo. Pocket Style Book – The Economist. *Long Range Planning*. 1988. Vol. 20. Issue 2. P. 136.
367. Orel H. Richard Holt Hutton (1826–1897), journalist and theologian. *Oxford Dictionary of National Biography*. URL: <https://www.oxforddnb.com/search?q=Richard+Holt+Hutton&searchBtn=Search&isQuickSearch=true> (дата звернення: 12. 09. 2017).
368. Our new daily edition for smartphones. *The Economist*. 2014. 6 Nov. URL: <https://www.economist.com/newsbook/2014/11/06/our-new-daily-edition-for-smartphones> (дата звернення: 25. 07. 2018).
369. Parsons W. The Power of the Financial Press: Journalism and Economic Opinion in Britain and America. Rutgers University Press. New Brunswick, New Jersey. 1990. 266 p.
370. Pebody C. English Journalism and the men who made it. London, Paris and New York, 1882. 192 p.
371. Pemberton H. «The Economist Historical Archive, 1843–2003». *The English Historical Review*. 2008. Vol. 123. Issue 504. P. 1315–1318.

372. Peters J. W. The Economist Tends Its Sophisticate Garden. *The New York Times*. 2010. 8 Aug. URL: <https://www.nytimes.com/2010/08/09/business/media/09economist.html?pagewanted=2&ref=todayspaper> (дата звернення: 14.02.2018).
373. Peterson Th. Magazines in the twentieth century. Urbana : University of Illinois Press, 1956. 4457 p.
374. Poutanen S., Kovalainen A., Jannari J. Constrution of the female global top manager in the Economist. *International Journal of Media and Cultural Politics*. 2016. Vol. 12. Issue 2. P. 193–212.
375. Prentice A. History of the Anti-Corn Law League. In 2 vols. 2nd ed. A.M.Kelly, 1968. Vol. 1. 774 p.; vol. 2. 874 p.
376. Pressman M. Why Time and Newsweek will never be the Economist. *Vanity Fair*. 2009. 20 April. URL: <https://www.vanityfair.com/news/2009/04/when-will-magazines-stop-trying-to-copy-the-economist> (дата звернення: 12.06.2018).
377. Pulling Newspapers apart: Analyzing print journalism / edited by B. Franklin. London, New York : Routledge, 2008. 304 p.
378. Rajadhyaksha N. Why The Economist is so successful (and other insider secrets). *Mint* : web site. 2007. 07 Apr. URL: <https://www.livemint.com/Leisure/2Gr6t5yFDH1xEtIheG2e2H/Why-The-Economist-is-so-successful-and-other-insider-secret.html> (дата звернення: 01.12.2017).
379. Raymond J. The History of Newspapers and the History of Journalism: two disciplines or one? *Media History*. 1999. Dec. Vol. 5. Issue 2. P. 223.
380. Reid A. Borderland: A Journey through the History of Ukraine. New York : Basic Books, 2015. 352 p.
381. Reynolds J. The last of the Liberals – The caree and political thoughts of Francis Wrigley Hirst (1873–1953). *A Journal of Liberal History*. 2005, Summer. Issue 47. P. 22–29.
382. Roberts P. Guide to Change and Project Management. Getting it right and achieving lasting benefit. London :Profile Books, 2020. 436 p.

383. Rochoff H. [Review: *The Pursuit of Reason : The Economist, 1843–1993* / by Ruth Dudley Edwards. London Hamish Hamilton, 1993. 1020 p.]. *The Journal of Economic History*. 1997. Issue 57 (1). P. 222–223.

384. Rom J., Hafner E. What region gets the most coverage of its human rights abuses. *Columbia Journalism Review*. 2013. 30 Jan. URL: https://archives.cjr.org/behind_the_news/human_rights_abuses_coverage_h.php (дата звернення: 03.05.2017).

385. Samuelson P. Personal Freedoms and Economic Freedoms in the Mixed Economy. *The Collected Scientific Papers of Paul Samuelson*. MIT Press Cambridge Mass., 1971. Vol 3. P. 609.

386. Scott J. W. R. «Me» and «We»: Memories of Four Eminent Editors. Allen Press, 1956. 239 p.

387. Self C. C. The Flight from Fleet Street: Causes and Consequences. *Gazette*. 1990. № 45. P. 58–62.

388. Seymour-Ure. The Press, Politics and the Public. An Essay on the Role of the National Press in the British Political System. London : Methuen, 1968. 328 p.

389. Shaffner C. The Economist Pocket Style Book. *Zeitschrift fur Anglistic und Amerikanistik*. 1988. Vol. 36. Issue 3. P. 284–286.

390. Shattock J. Journalism and the periodical press in Nineteenth-Century Britain. Cambridge : Cambridge University Press, 2017. 402 p.

391. Shaw C. The Pursuit of Reason: The Economist, 1843–1993 Edwards, RD. Book Reviews. *Business History*. 1996. Vol. 38. Issue 3. P. 157–158.

392. Shaw I. Business Journalism: A Critical Political Economy Approach. London : Routledge, 2015. 200 p.

393. Shutterheim K. The Press in England. London : G. Allen & Unwin, 1934. 215 p.

394. Simonis H. The Street of Ink. An Intimate History og Journalism. London, New York, Toronto and Melbourne, 1917. 372 p.

395. Spence J. [Review: *The Economist, 1843–1993* / by Ruth Dudley Edwards. P. 1020. London : Hamish Hamilton, 1993; *The best of Bagehot*. Edited by

Ruth Dudley Edwards. 277 p. London : Hamish Hamilton, 1993]. *Irish Historical Studies*, 1995. Vol. 29 (116).

396. Standage T. *Uncommon knowledge*, London : Economist Books, 2019. 272 p.

397. Stibbs Ch. There's a reason why at The Economist we don't chase the millennial generation. *The Guardian*. 2015. 2 March. URL: <https://www.theguardian.com/media-network/2015/mar/04/economist-ceo-chris-stibbs-millennial-generation> (дата звернення: 03.02.2016).

398. Stigler G. J., *The Economics of Information*. *Journal of Political Economy*. 1961. Vol. 69. № 3. P. 213

399. Sweney M. Economist editor: «We don't want to be the gradpa at the disco». *The Guardian*. 2016. 29 May. URL: <https://www.theguardian.com/media/2016/may/29/economist-zanny-minton-beddoes-digital> (дата звернення: 12.03.2017).

400. Sweney M. Micklethwait: «Merkel listens to the Economists's audio app in the car». *The Guardian*. 2014. 16 Nov. URL: <https://www.theguardian.com/media/2014/nov/16/john-micklethwait-economist-angela-merkel-app> (дата звернення: 15.04.2017).

401. Sweney M. The Economist to launch daily bite-size digital briefing. *The Guardian*. 2014. 6 Nov. URL: <https://www.theguardian.com/media/2014/nov/06/economist-espresso-digital-briefing> (дата звернення: 04.12.2017).

402. Swidlicki A. 150 lat liberalnej krucjaty. *Rzeczpospolita*. 1997. 24–26 gr.

403. Symon J. D. *The Press and its Story*. London : Seeley Service & Co, 1914. 328 p.

404. Sysyn E. F. Anna Reid. *Borderland: A Journey through the History of Ukraine*. *Journal of Ukrainian Studies Review*. 1998. Vol. 23. № 2. P. 129.

405. «The Economist». *The Encyclopaedia Britannica*. Vol. 5. P. 447.

406. The Economist Group. Our history. URL: www.economistgroup.com/what_we_do/our_history.html (дата звернення: 08.03.2017).

407. *The Economist Style Guide*. 12th ed. London : The Economist Books, 2018. 280 p.

408. The Economist Technology Quarterly: Quantum Technologies and Their Applications. 1QBit: web-site. URL: <https://1qbit.com/news/the-economist-technology-quarterly-quantum/> (дата звернення: 02.05.2018).
409. The Routledge Companion to News and Journalism / ed. By S. Allan. London : Routledge, 2009. 688 p.
410. The Ulrich's International Periodical Directory. 1993–94. / R. P. Bowker. 32d edition. Vol. 1. P. 976.
411. Tkachenko O. Ukraine in the content of the British newspaper «TheTimes». *Obraz*. 2015. Vol. 2 (17). P. 21–26.
412. Trelcat S., Grandorge D. The Economist Buildings, London 1959–1964: A remarkable construction system by Alison Smithson and Peter Smithson. *Architecture D Aujourd Hui*. 2009. Vol. 344. P. 104–109.
413. Tryhorn Ch. Job cuts lift Economist Group profits. *The Guardian*. 2009. 22 Jun. URL: <https://www.theguardian.com/media/2009/jun/22/economist-group-profits-up> (дата звернення: 14.03.2017).
414. Turchin P., Hoyer D. Figuring Out the Past. London : The Economist Books, 2020. 272 p.
415. Turner J. The Pursuit of Reason – The Economist, 1843–1993 – Edwards, RD. *The Times Literary Supplement*. 1993. Issue 4733. P. 6.
416. Uberti D. How British Media bring general election news across the pond. *Columbia Journalism Review*. 2015. URL: https://www.cjr.org/analysis/two_men_face_off_to.php (дата звернення: 0.11.2017).
417. Walsh P. Prediction and conviction: Modality in articles from The Economist. *Modality in specialized texts*. 2001. Vol. 1. P. 361–378.
418. Weissman R. Wall Street and Security Markets. Reprint edition of 1939. New York : Harper & Brothers Publishers, Inc., 1975. 308 p.
419. Wells R. «News for the Market». The Troubled History of Bussines Journalim. URL: http://www.robswells.com/wp-content/uploads/2017/01/News-For-the-Market-Wells-March_31.pdf (дата звернення: 11.11.2019).

420. Williams K. Competing Models of Journalism? Anglo-American and European Reporting in the Information Age. *Journalistica*. 2006. Vol. 2. P. 43–65.
421. Williams T. The Newspaperman. New York : C.Scribner's Sons, 1930. 209 p.
422. Williams W. The World's Journalism. 1915. 44 p.
423. Wilson J. Influences of the Corn Laws, as affecting all classes of the community, and particularly the landed interests. London : Longman, 1840. 148 p.
424. Wilson J. Fluctuations of Currency, Commerce, and Manufactures. London : Longman, 1840. 148 p.
425. Wolseley R. Understanding magazines. Ames : Iowa State University Press, 1966. 458 p.
426. Wolseley R., Campbell L. Exploring journalism: With special emphasis on its social and vocational aspects. Minneapolis : Prentice-Hall Inc., 1949. 482 p.
427. Wood J. P. Magazines in the United States. New York : Ronald Press, 1956. 390 p.
428. Xu K. Painting Chinese mythology: Varying touches on the magazine covers of Time, The Economist, Der Spiegel and China Today. *International Communication Gazette*. 2018. Vol. 80. Issue 2. P. 135–157.
429. Zelizer B. Journalism after September 11 / ed. S. Allan. New York : Routledge, 2003. P. 143.
430. Zevin A. Liberalism at Large: The World According to the Economist. London : Verso Books, 2019. 544 p.
431. Zevin A. The Economist's secret. *Le Monde diplomatique*. 2012. September. URL: <https://mondediplo.com/2012/09/10theeconomist> (дата звернення: 28.01.2018).
432. Zhang S. That's incredible. *Columbia Journalism Review*. 2013. 1 May. URL: http://www.cjr.org/the_kicker/thats_incredible_--_stephenie.php (дата звернення: 28.01.2018).

ДОДАТКИ

Додаток А

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

*Публікації, що висвітлюють основні наукові результати дисертації**Статті в наукових фахових виданнях України*

1. Грень З. Англійський тижневик «The Economist» (1843–2000) як тип видання. *Збірник праць Науково-дослідного центру періодики*. Львів, 2000. Вип. 7. С. 357–365.
2. Грень З. Світ у 2050 році (за матеріалами публікацій журналу «The Economist» (1999 р.)). *Збірник праць Науково-дослідного центру періодики*. Львів, 2000. Вип. 8. С. 384–391.
3. Грень З. Проблеми європейської інтеграції на сторінках тижневика «The Economist» (1997–2000 рр.). *Вісник Львівського університету. Серія журналістика*. Львів, 2001. Вип. 21. С. 311–316.
4. Грень З. Україна на сторінках англійського тижневика «The Economist» (1991–2000 рр.). *Збірник праць Науково-дослідного центру періодики*. Львів, 2001. Вип. 9. С. 492–499.
5. Грень З. Місце тижневика «The Economist» у системі британської преси першої половини ХІХ ст. *Збірник праць Науково-дослідного центру періодики*. Львів, 2006. Вип. 14. С. 416–423.
6. Грень З. Особливості структури спеціалізованого періодичного видання (на прикладі тижневика «The Economist»). *Збірник праць Науково-дослідного центру періодики*. Львів, 2007. Вип. 15. С. 422–428.
7. Грень З. «The Economist»: типологічні характеристики видання. *Збірник праць Науково-дослідного центру періодики*. Львів, 2008. Вип. 1. С. 422–433.
8. Грень З. Тижневик «The Economist» у контексті розвитку журналістики Великобританії ХІХ–ХХ століть. *Науковий вісник ВНУ ім. Лесі Українки. Серія Філологічні науки*. Луцьк : ВНУ ім. Лесі Українки, 2009. № 23. С. 35–40.
9. Грень З. Українська нація в журналістському дискурсі «The Economist» (1991–2014 рр.). *Вісник Львівського національного університету. Серія журналістика*. Львів, 2015. Вип. 39. С. 16–20.
10. Грень З. Преса Великої Британії як об'єкт вивчення у працях

українських медіадослідників. *Образ*. 2020. Вип. 2 (34). С. 42–53.

Стаття в зарубіжному фаховому виданні

11. Грень З. «The Economist» в українському масмедійному середовищі: комунікаційний аспект. *Knowledge, Education, Law, Management*. 2020. № 5 (33). С. 102–115.

Публікації, що додатково відображають наукові результати дисертації та засвідчують обов'язкову апробацію матеріалів дисертації

Матеріали конференцій

1. Грень З. Т. Типологічні особливості українських універсальних ділових тижневиків. *Українська періодика: історія і сучасність* : доп. та повідомл. ІХ Всеукр. наук.-теорет. конф., Львів, 28–29 жовт. 2005 р. Львів, 2005. С. 465–467.

2. Грень З. Сучасна українська ділова преса : типологічна структура. *Książka, biblioteka, informacja – między podziałami a wspólnotą : międzynarodowa konferencja naukowa* : streszczenia referatów, Kielce-Wólka Milanowska, 1–12 kwietnia, 2006. Kielce ; Wolka Milanowska, 2006. S. 23.

3. Грень З. З досвіду видання світової преси: редактори і журналісти тижневика «The Economist» (1843 р. – початок ХХ ст.). *Українська періодика: історія і сучасність* : доп. та повідомл. десятої Всеукр. наук.-теорет. конф., Львів, 31 жовт. – 1 листоп. 2008 р. Львів, 2008. С. 622–630.

4. Грень З. Культурна журналістика та «The Economist» (на прикладі публікацій про національні бібліотеки). *Science and Technology. Abstracts of the 8th International scientific and practical conference*. Nika Publishing. Manchester, Great Britain, 2020. P. 39–43.

5. Грень З. Т. Британський тижневик «The Economist» в інформаційному просторі України (за матеріалами національних друкованих періодичних видань). *Wissenschaftliche Ergebnisse und Errungenschaften: 2020* : der Sammlung wissenschaftlicher Arbeiten «ΛΟΓΟΣ» zu den Materialien der internationalen wissenschaftlich-praktischen Konferenz (B.3), 25 Dezember, 2020. München, Deutschland : Europäische Wissenschaftsplattform, 2020. S. 9–11.

Відомості про апробацію результатів дисертації

Матеріали дисертації доповідали на 8 конференціях

1. Всеукраїнська науково-теоретична конференція «Українська періодика: історія і сучасність» (Львів, 2005; 2008; 2018), (очна участь).
2. Międzynarodowa konferencja naukowa: «Książka, biblioteka, informacja — między podziałami a wspólnotą» (Kelce, 2006), (очна участь).
3. Міжнародна науково-практична конференція «Українська журналістика в двохсотлітній ретроспективі (з нагоди 200-річчя першої в Східній Україні газети «Харьковский еженедельник» (Харків, 2012), (очна участь).
4. Міжнародна науково-практична конференція «Стандарти журналістики та професійної освіти в період суспільних трансформацій» (Львів, 2015), (очна участь).
5. Науково-практична конференція «Пресознавство як компонент соціокультурних досліджень» (м. Львів, 2015, 2016, 2017, 2019 рр.), (очна участь).
6. Міжнародна наукова конференція «Українські ЗМІ в європейському інформаційно-комунікаційному просторі: історія, стан, перспективи» (Ужгород, 2019), (очна участь).
7. 8th International scientific and practical conference «Science and Technology» (Manchester, 2020), (заочна участь).
8. Internationalen wissenschaftlich-praktischen Konferenz «Wissenschaftliche Ergebnisse und Errungenschaften : 2020» (25 Dezember, 2020. München), (заочна участь).

**ПУБЛІКАЦІЇ «THE ECONOMIST» ПРО УКРАЇНСЬКІ ПРОБЛЕМИ
(1991–2019 рр.): матеріали до бібліографії**

1991

1. Undermined. *The Economist*. 1991. 30 March.
2. Going its own way. *The Economist*. 1991. 20 July.
3. Coming alive. *The Economist*. 1991. 7 Sept.
4. Second to none. *The Economist*. 1991. 28 Sept.
5. Undermining. *The Economist*. 1991. 5 Oct.
6. Same man, same job, new world. *The Economist*. 1991. 23 Nov.
7. The big one. *The Economist*. 1991. 23 Nov.
8. And now, Ukraine. *The Economist*. 1991. 7 Dec.
9. Minus Ukraine. *The Economist*. 1991. 7 Dec.
10. Ukraine: Europe's new state. *The Economist*. 1991. 7 Dec.

1992

11. What's behind Yeltsin's new Commonwealth. *The Economist*. 1992. 4 Jan.
12. Bewildered. *The Economist*. 1992. 25 Jan.
13. A new Crimean war? *The Economist*. 1992. 1 Feb.
14. Message to Kiev. *The Economist*. 1992. 8 Feb.
15. Of war and peace. *The Economist*. 1992. 15 Feb.
16. Divvying up the red menace. *The Economist*. 1992. 22 Feb.
17. Up in arms. *The Economist*. 1992. 21 March.
18. Chernobyls-in-waiting. *The Economist*. 1992. 15 Aug.
19. Against the grain. *The Economist*. 1992. 15 Aug.
20. Back to an unknown homeland. *The Economist*. 1992. 29 Aug.
21. Late Brezhnevism. *The Economist*. 1992. 12 Sept.
22. We have a plan. *The Economist*. 1992. 3 Oct.
23. Dream on. *The Economist*. 1992. 7 Oct.
24. God's war. *The Economist*. 1992. 7 Nov.
25. Imperfect peace. *The Economist*. 1992. 14 Nov.
26. Change at last. *The Economist*. 1992. 21 Nov.
27. Gloom, not doom. *The Economist*. 1992. 28 Nov.
28. The homecoming. *The Economist*. 1992. 26 Dec.

1993

29. Heels dug in. *The Economist*. 1993. 9 Jan.
30. Where some would fear to tread. *The Economist*. 1993. 16 Jan.
31. Wonderland. *The Economist*. 1993. 13 Feb.
32. Almighty profits. *The Economist*. 1993. 27 Feb.
33. You'd be nervous living next to a bear. *The Economist*. 1993. 15 May.
34. Like Albania, or Bolivia? *The Economist*. 1993. 29 May.
35. A new nuclear state. *The Economist*. 1993. 12 June.
36. The eastern threat. *The Economist*. 1993. 19 June.
37. The post-cold-war war. *The Economist*. 1993. 19 June.
38. Bill Zyla. In fear of Russia. *The Economist*. 1993. 19 June.
39. The party isn't over. *The Economist*. 1993. 26 June.

40. Galloping towards the brink. *The Economist*. 1993. 3 July.
41. Pierre Balliett. Due recognition. *The Economist*. 1993. 10 July.
42. Charge of the heavy brigade. *The Economist*. 1993. 17 July.
43. Buying peace of mind. *The Economist*. 1993. 24 July.
44. In their hands? *The Economist*. 1993. 7 Aug.
45. Ukraine over the brink. *The Economist*. 1993. 4 Sept.
46. Warnings from Massandra. *The Economist*. 1993. 11 Sept.
47. Dead again? *The Economist*. 1993. 2 Oct.
48. Policy matters, too. *The Economist*. 1993. 16 Oct.
49. Ukraine on the brink. *The Economist*. 1993. 2 Nov.
50. Floundering on. *The Economist*. 1993. 20 Nov.
51. Bomb-huggers. *The Economist*. 1993. 27 Nov.
52. Man of iron. *The Economist*. 1993. 26 Dec.

1994

53. Out of gas. *The Economist*. 1994. 12 March.
54. Ukraine turns out. *The Economist*. 1994. 2 April.
55. Lonely at the top. *The Economist*. 1994. 16 April.
56. The birth and possible death of a country. *The Economist*. 1994. 7 May.
57. Fault lines. *The Economist*. 1994. 7 May.
58. How to wreck an economy. *The Economist*. 1994. 7 May.
59. The anatomy of the beast. *The Economist*. 1994. 7 May.
60. The mythic state. *The Economist*. 1994. 7 May.
61. Wanted: a leader. *The Economist*. 1994. 7 May.
62. Where the wild things are. *The Economist*. 1994. 7 May.
63. East against west in Ukraine. *The Economist*. 1994. 2 July.
64. Going bearish. *The Economist*. 1994. 16 July.
65. Hope at last. *The Economist*. 1994. 24 Sept.
66. Helping Ukraine. *The Economist*. 1994. 24 Sept.
67. Good intentions. *The Economist*. 1994. 15 Oct.
68. Sick Ukrainians. *The Economist*. 1994. 8 Oct.
69. Ukraine edges back. *The Economist*. 1994. 19 Nov.
70. Europe lags again. *The Economist*. 1994. 26 Nov.
71. Sins of mission. *The Economist*. 1994. 3 Dec.

1995

72. Three men afloat. *The Economist*. 1995. 28 Jan.
73. Post-Soviet schizophrenia. *The Economist*. 1995. 4 Feb.
74. The battle for Ukraine. *The Economist*. 1995. 11 Feb.
75. A puzzle. *The Economist*. 1995. 18 March.
76. Time to scratch. *The Economist*. 1995. 25 March.
77. Nice and nicer. *The Economist*. 1995. 8 April.
78. It's me or them. *The Economist*. 1995. 10 June.
79. Country report. 1st quarter 1995. *The Economist Intelligence Unit*. 1995. 34 p.

1996

80. Desorienting Ukraine. *The Economist*. 1996. 17 Feb.
81. Muddling along. *The Economist*. 1996. 4 May.

- 82. Between east and west. *The Economist*. 1996. 28 Sept.
- 83. Birth of a nation. *The Economist*. 1996. 14 Dec.
- 84. Intrigue versus reform. *The Economist*. 1996. 14 Dec.

1997

- 85. His Ukrainian master's voice. *The Economist*. 1997. 13 March.
- 86. The artifice of diversity. *The Economist*. 1997. 22 March.
- 87. Orthodox yes-men. *The Economist*. 1997. 5 April.
- 88. Russia's old imperial map is still shrivelling. *The Economist*. 1997. 22 May.
- 89. Ukraine and Russia seal a deal. *The Economist*. 1997. 7 June.
- 90. Russia and Ukraine: Bear-hug at last. *The Economist*. 1997. 7 June.
- 91. Ill health all round in Ukraine. *The economist*. 1997. 28 June.
- 92. The East European shtetl: Last chapter. *The Economist*. 1997. 17 July.
- 93. A glint of hope? *The Economist*. 1997. 24 July.
- 94. Ukraine's stockmarket: No confidence. *The Economist*. 1997. 31 July.
- 95. Devolution can be salvation. *The Economist*. 1997. 18 Sept.
- 96. Something horrible out there. *The Economist*. 1997. 16 Oct.

1998

- 97. Ukraine: A truly dreadful prospect. *The Economist*. 1998. 26 March.
- 98. Ukraine: Poor people. *The Economist*. 1998. 2 April.
- 99. Ukraine: The pits. *The Economist*. 1998. 11 June.
- 100. More fall-out from Chernobyl. *The Economist*. 1998. 25 June.
- 101. Ukraine: Breadbasket or basket-case? *The Economist*. 1998. 14 May.
- 102. Ukraine: Easy money. *The Economist*. 1998. 6 Aug.
- 103. Muzzled in Ukraine. *The Economist*. 1998. 29 Aug.
- 104. Pity the Slav heartland. *The Economist*. 1998. 3 Sept.
- 105. Ukraine: Is it catching Russian flu? *The Economist*. 1998. 10 Dec.
- 106. Europe: The dwindling Jewry of Ukraine. *The Economist*. 1998. 17 Dec.

1999

- 107. Ukraine's unmended northern fence. *The Economist*. 1999. 6 Feb.
- 108. Ukraine's two minds. *The Economist*. 1999. 3 June.
- 109. Stalemate across the Dniester. *The Economist*. 1999. 24 June.
- 110. Ukraine: Grim choices. *The Economist*. 1999. 8 July.
- 111. Setting Slavs free. *The Economist*. 1999. 22 July.
- 112. Ukraine's farms: Unreformed. *The Economist*. 1999. 9 Sept.
- 113. Worried in western Ukraine. *The Economist*. 1999. 2 Oct.
- 114. Europe: Limit cases. *The Economist*. 1999. 21 Oct.
- 115. Europe: Sources and acknowledgements. *The Economist*. 1999. 21 Oct.
- 116. Ukraine's grim choice. *The Economist*. 1999. 23 Oct.
- 117. Who'll lead Ukraine? *The Economist*. 1999. 23 Oct.
- 118. Ukraine and Georgia : Russia loses. *The Economist*. 1999. 6 Nov.
- 119. Ten years since the wall fell. *The Economist*. 1999. 6 Nov.
- 120. Leonid Kuchma, Ukraine's dismal choice. *The Economist*. 1999. 18 Nov.
- 121. The Ukrainian question. *The Economist*. 1999. 20 Nov.

2000

- 122. Russian debt: All friends now. *The Economist*. 2000. 17 Feb.

- 123. Poland and Russia: Fear of Putin. *The Economist*. 2000. 30 March.
- 124. Viktor Yushchenko, Ukraine's faint hope. *The Economist*. 2000. 4 May.
- 125. Ukraine's merchant adventurer. *The Economist*. 2000. 11 May.
- 126. Where is Central Europe? *The Economist*. 2000. 6 July.
- 127. Trafficking in women: In the shadows. *The Economist*. 2000. 24 Aug.
- 128. The land that time forgot. *The Economist*. 2000. 21 Sept.
- 129. Russia and its neighbours: Frost and friction. *The Economist*. 2000. 28 Sept.
- 130. Poland's angry second nation. *The Economist*. 2000. 12 Oct.
- 131. Ukraine: Plenty of plots, not much reform. *The Economist*. 2000. 19 Oct.

2001

- 132. Ukraine's bitter diaspora. *The Economist*. 2001. 18 Jan.
- 133. Schemes and scandals in Ukraine. *The Economist*. 2001. 18 Jan.
- 134. Comrade capitalist. *The Economist*. 2001. 15 Feb.
- 135. Ukraine: Falling apart. *The Economist*. 2001. 15 Feb.
- 136. Russia at war : Aping your foe. *The Economist*. 2001. 22 Feb.
- 137. To Russia with love. *The Economist*. 2001. 5 March.
- 138. Power wins. *The Economist*. 2001. 10 March.
- 139. Pipe dreams. *The Economist*. 2001. 5 April.
- 140. Ukraine's reformer goes. *The Economist*. 2001. 26 April.
- 141. Hopes depart, worries return. *The Economist*. 2001. 3 May.
- 142. A new misery curtain. *The Economist*. 2001. 31 May.
- 143. Ukraine, Moldova and Belarus. 2001. 5 June.
- 144. Russia and America: Doing the normal thing. 2001. 21 June.
- 145. A Survey of Russia: In search of identity. *The Economist*. 2001. 19 July.
- 146. Charlemagne: Anatoly Kinakh. *The Economist*. 2001. 11 Aug.
- 147. War and drugs: Another powder trail. *The Economist*. 2001. 18 Oct.
- 148. Looking west, looking east. *The Economist*. 2001. 25 Oct.

2002

- 149. Ukraine's general election : Kuchma's country. *The Economist*. 2002. 7 Feb.
- 150. If you think, don't drive. *The Economist*. 2002. 28 March.
- 151. Ukraine's election: Stumbling along. *The Economist*. 2002. 4 April.
- 152. Eastern Europe: Sour Slavs in the slow lane. *The Economist*. 2002. 30 May.
- 153. Kuchma weaker, but still boss. *The Economist*. 2002. 17 Oct.

2003

- 154. Inflation in post-communist Europe : Whipped. *The Economist*. 2003. 23 Jan.
- 155. Behind the crystal curtain. *The Economist*. 2003. 23 Oct.
- 156. Cash in their pockets. *The Economist*. 2003. 23 Oct.

2004

- 157. Doing it his way. *The Economist*. 2004. 5 Feb.
- 158. Steel crazy. *The Economist*. 2004. 27 May.
- 159. AIDS in Ukraine. Lobbying for life. *The Economist*. 2004. 8 July.
- 160. To which Viktor, the spoils? *The Economist*. 2004. 12 Aug.
- 161. The hazards of a long, hard freeze. *The Economist*. 2004. 19 Aug.
- 162. On the border and on the brink. *The Economist*. 2004. 28 Oct.
- 163. The other big election: Watch Ukraine. *The Economist*. 2004. 28 Oct.

164. Second time lucky? *The Economist*. 2004. 4 Nov.
165. Two Viktors, only one victor. *The Economist*. 2004. 19 Nov.
166. A highly dubious result. *The Economist*. 2004. 22 Nov.
167. Huge protests over a «stolen» election. *The Economist*. 2004. 23 Nov.
168. Is Ukraine set for conflict or compromise? *The Economist*. 2004. 24 Nov.
169. Europe's new divisions. *The Economist*. 2004. 25 Nov.
170. Election results frozen, talks begin. *The Economist*. 2004. 26 Nov.
171. Ukraine on the brink. *The Economist*. 2004. 27 Nov.
172. The two Victors. *The Economist*. 2004. 27 Nov.
173. A region transfixed. *The Economist*. 2004. 27 Nov.
174. Growing pressure for a fresh vote. *The Economist*. 2004. 30 Nov.
175. Edging towards a solution. *The Economist*. 2004. 1 Dec.
176. Another faraway country. *The Economist*. 2004. 2 Dec.
177. Russian roulette. *The Economist*. 2004. 2 Dec.
178. In search of plan B. *The Economist*. 2004. 2 Dec.
179. What crisis? *The Economist*. 2004. 2 Dec.
180. Calling for a rapid re-run. *The Economist*. 2004. 3 Dec.
181. Still locking horns in Kiev. *The Economist*. 2004. 7 Dec.
182. The challenger. *The Economist*. 2004. 9 Dec.
183. Russia's president: Vladimir III? *The Economist*. 2004. 9 Dec.
184. The end-game. *The Economist*. 2004. 9 Dec.
185. Compromise in Kiev, confrontation abroad. *The Economist*. 2004. 10 Dec.
186. City of faded charms. *The Economist*. 2004. 16 Dec.
187. A twelvemonth of tumult. *The Economist*. 2004. 16 Dec.
188. Oligarch agonistes. *The Economist*. 2004. 16 Dec.
189. An orange victory. *The Economist*. 2004. 29 Dec.
190. The future is orange. *The Economist*. 2004. 29 Dec.

2005

191. At last, President Yushchenko. *The Economist*. 2005. 5 Jan.
192. Waiting for the next dominoes. *The Economist*. 2005. 13 Jan.
193. After the party. *The Economist*. 2005. 27 Jan.
194. Tilting westward. *The Economist*. 2005. 27 Jan.
195. Forward on the yellow. *The Economist*. 2005. 24 Feb.
196. Reds in, reds out. *The Economist*. 2005. 10 March.
197. Making up is hard to do. *The Economist*. 2005. 17 March.
198. A tulip revolution. *The Economist*. 2005. 24 March.
199. Another autocrat falls. *The Economist*. 2005. 31 March.
200. Where business meets geopolitics. *The Economist*. 2005. 25 May.
201. The Viktor and Yulia show. *The Economist*. 2005. 16 June.
202. A bearish outlook. *The Economist*. 2005. 23 June.
203. Transformed. *The Economist*. 2005. 23 June.
204. Gangsters cornered. *The Economist*. 2005. 30 June.
205. An odd couple. *The Economist*. 2005. 18 Aug.
206. Change and decay. *The Economist*. 2005. 25 Aug.
207. The orange revolutionaries let the side down. *The Economist*. 2005. 8 Sept.

- 208. Orange fades. *The Economist*. 2005. 8 Sept.
- 209. And then they woke up. *The Economist*. 2005. 15 Sept.
- 210. Baltic blues. *The Economist*. 2005. 22 Sept.
- 211. Old ghosts and new. *The Economist*. 2005. 22 Sept.
- 212. Russia's energetic enigma. *The Economist*. 2005. 6 Oct.
- 213. Sins of the fathers-in-law. *The Economist*. 2005. 27 Oct.
- 214. Ukraine. *The Economist*. 2005. 18 Nov.
- 215. Turning the screw. *The Economist*. 2005. 14 Dec.

2006

- 216. Russia turns off the gas taps. *The Economist*. 2006. 2 Jan.
- 217. A murky deal ends the Russian gas row. *The Economist*. 2006. 4 Jan.
- 218. Lights out. *The Economist*. 2006. 5 Jan.
- 219. Power games. *The Economist*. 2006. 5 Jan.
- 220. Nervous energy. *The Economist*. 2006. 5 Jan.
- 221. Conserving caviar. *The Economist*. 2006. 6 Jan.
- 222. Pipe down. *The Economist*. 2006. 12 Jan.
- 223. Crimean wars. *The Economist*. 2006. 23 Feb.
- 224. Waving the denim. *The Economist*. 2006. 16 March.
- 225. The EU and America put sanctions on Belarus's leaders. *The Economist*. 2006. 24 March.
- 226. Democracy flourishes in Kiev, but is smothered in Minsk. *The Economist*. 2006. 28 March.
- 227. A weakening magnet. *The Economist*. 2006. 30 March.
- 228. A freer choice, despite everything. *The Economist*. 2006. 30 March.
- 229. Orange flowers. *The Economist*. 2006. 4 May.
- 230. Gone shopping. *The Economist*. 2006. 18 May.
- 231. Ukraine's political squabbling continues. *The Economist*. 2006. 25 May.
- 232. Red fades to grey. *The Economist*. 2006. 25 May.
- 233. A little big noise. *The Economist*. 2006. 8 June.
- 234. Surrounding Russia. *The Economist*. 2006. 15 June.
- 235. Hopeful in Ukraine. *The Economist*. 2006. 23 June.
- 236. Hope over experience. *The Economist*. 2006. 29 June.
- 237. Laugh or cry. *The Economist*. 2006. 13 July.
- 238. Oranges and apples? *The Economist*. 2006. 3 Aug.
- 239. Honey, I'm home. *The Economist*. 2006. 17 Aug.
- 240. People-trafficking in Odessa. Sea of tears. 2006. 21 Sept.
- 241. Easy money. *The Economist*. 2006. 21 Sept.
- 242. A glimpse of the abyss. *The Economist*. 2006. 26 Oct.
- 243. Up for grabs. *The Economist*. 2006. 2 Nov.
- 244. The reluctant briber. *The Economist*. 2006. 2 Nov.
- 245. How to grease a palm. *The Economist*. 2006. 19 Dec.

2007

- 246. Frozen pipes. *The Economist*. 2007. 9 Jan.
- 247. Oil's not well. *The Economist*. 2007. 11 Jan.
- 248. The past is unpredictable. *The Economist*. 2007. 18 Jan. [Web-only article].

249. Ebbing away. *The Economist*. 2007. 18 Jan.
250. The European Union at 100. *The Economist*. 2007. 15 March.
251. Romance and revolution. *The Economist*. 2007. 22 March.
252. Bitter orange. *The Economist*. 2007. 2 April.
253. Tragedy and farce. *The Economist*. 2007. 4 April.
254. Drunken wolves. *The Economist*. 2007. 5 April.
255. Viktor v Viktor. *The Economist*. 2007. 12 April.
256. The autocrat at the table. *The Economist*. 2007. 19 April.
257. How to handle a president. *The Economist*. 2007. 19 April.
258. Ukraine's turmoil. *The Economist*. 2007. 11 May.
259. Moldova: The country that Europe forgot. *The Economist*. 2007. 18 May.
260. Ukraine's political crisis: A truce, for now? *The Economist*. 2007. 31 May.
261. Humming, steaming honeycomb. *The Economist*. 2007. 8 June.
262. Anti-semitism in Ukraine. *The Economist*. 2007. 12 June.
263. A Russian in Kiev. *The Economist*. 2007. 5 July.
264. Viktor ludorum. *The Economist*. 2007. 5 July.
265. Stirring the pot. *The Economist*. 2007. 2 Aug.
266. They shall overcome - but perhaps not always. *The Economist*. 2007. 2 Aug.
267. Small news, big stories. *The Economist*. 2007. 16 Aug.
268. Preparing for the next drama. *The Economist*. 2007. 27 Sept.
269. The future is orange, regardless. *The Economist*. 2007. 27 Sept.
270. A second bite of the orange. *The Economist*. 2007. 1 Oct.
271. Democracy, Soviet-style. *The Economist*. 2007. 4 Oct.
272. Oranges and lemons. *The Economist*. 2007. 4 Oct.
273. Oranges and lemons. *The Economist*. 2007. 6 Oct.
274. Passport-free travel in Europe: Burning bridges. *The Economist*. 2007. 11 Oct.
275. Return of the orange princess. *The Economist*. 2007. 19 Dec.

2008

276. A bit faded but still bright enough. *The Economist*. 2008. 10 Jan.
277. That healthy glow. *The Economist*. 2008. 11 Feb.
278. Gas Victor? *The Economist*. 2008. 14 Feb.
279. What is it for? *The Economist*. 2008. 14 Feb.
280. A combustible relationship. *The Economist*. 2008. 7 March.
281. Cereal offenders. *The Economist*. 2008. 27 March.
282. Rampant inflation in Ukraine. *The Economist*. 2008. 8 April.
283. Redrawing the MAP in Europe. *The Economist*. 2008. 10 April.
284. Entry secured. *The Economist*. 2008. 14 April.
285. Hacks v beaks. *The Economist*. 2008. 8 May.
286. The pain of inflation. *The Economist*. 2008. 16 May.
287. Chicken or Kiev? *The Economist*. 2008. 29 May.
288. A political soap-opera, continued. *The Economist*. 2008. 29 May.
289. Preparing to float. *The Economist*. 2008. 25 June.
290. Inflation in the near east. *The Economist*. 2008. 13 July. [Web-only article].
291. Orthodox Christianity: Brothers in Christ. *The Economist*. 2008. 31 July.
292. Nervous neighbours. *The Economist*. 2008. 21 Aug.

293. On Russia and Georgia, risk managers, English spelling. 2008. 28 Aug.
 294. An Orange divorce? *The Economist*. 2008. 4 Sept.
 295. Will Cheney's visit help or hurt? *The Economist*. 2008. 4 Sept.
 296. Ukraine wins the consolation prize, for now. *The Economist*. 2008. 10 Sept.
 297. A tentative embrace. *The Economist*. 2008. 11 Sept.
 298. Ukraine comes to the forefront. *The Economist*. 2008. 11 Sept.
 299. Ukraine: Near-abroad blues. *The Economist*. 2008. 11 Sept.
 300. A chill wind blows east. *The Economist*. 2008. 17 Oct.
 301. Who's next? *The Economist*. 2008. 23 Oct.
 302. Eastern Europe's misery. *The Economist*. 2008. 23 Oct.
 303. Into the breach. *The Economist*. 2008. 27 Oct.
 304. Looking west, hopefully. *The Economist*. 2008. 13 Nov.
 305. An answer to the Russian question. *The Economist*. 2008. 19 Nov.
 306. Currency collapse in Ukraine. *The Economist*. 2008. 1 Dec.
 307. From heroic to farcical. *The Economist*. 2008. 30 Dec.

2009

308. The customary gas stand-off. *The Economist*. 2009. 5 Jan.
 309. Cold shoulders. *The Economist*. 2009. 7 Jan.
 310. Gas wars. *The Economist*. 2009. 8 Jan.
 311. Thorns in the east. *The Economist*. 2009. 8 Jan. [Web-only article].
 312. Pipe down. *The Economist*. 2009. 8 Jan.
 313. Turning the gas tap back on. *The Economist*. 2009. 12 Jan.
 314. Energetic squabbles. *The Economist*. 2009. 15 Jan.
 315. War-war, not jaw-jaw. *The Economist*. 2009. 15 Jan.
 316. Not so smooth. *The Economist*. 2009. 12 Feb.
 317. Default options. *The Economist*. 2009. 19 Feb.
 318. Argentina on the Danube? *The Economist*. 2009. 19 Feb.
 319. The whiff of contagion. *The Economist*. 2009. 26 Feb.
 320. The spectre of default. *The Economist*. 2009. 27 Feb.
 321. Insult and penury. *The Economist*. 2009. 5 March.
 322. A glimpse of daylight. *The Economist*. 2009. 12 March.
 323. Political turmoil in western Ukraine. *The Economist*. 2009. 23 March.
 324. Leave no stone turned. *The Economist*. 2009. 9 April.
 325. Credit for Poland. *The Economist*. 2009. 16 April.
 326. The Viktor and Yulia show, continued. *The Economist*. 2009. 23 April.
 327. IMF leeway. *The Economist*. 2009. 13 May.
 328. No panic, just gloom. *The Economist*. 2009. 14 May.
 329. Outsourcing's third wave. *The Economist*. 2009. 21 May.
 330. Laughing matters. *The Economist*. 2009. 21 May.
 331. Bad for business. *The Economist*. 2009. 26 May.
 332. Stand by me. *The Economist*. 2009. 11 June.
 333. Europe.view : Summertime blues. *The Economist*. 2009. 18 June.
 334. The question of violence. *The Economist*. 2009. 23 June.
 335. Ottoman Yolk. *The Economist*. 2009. 25 June.
 336. Energetic blackmail. *The Economist*. 2009. 2 July.

337. Dear Viktor, you're dead, love Dmitry. *The Economist*. 2009. 20 Aug.
 338. Shots on goal. *The Economist*. 2009. 8 Oct.
 339. The glow fades. *The Economist*. 2009. 4 Nov.
 340. Oranges are not the only fruit. *The Economist*. 2009. 17 Dec.

2010

341. «Eastern Europe»: Wrongly labelled. *The Economist*. 2010. 7 Jan.
 342. Oranges and lemons. *The Economist*. 2010. 14 Jan.
 343. Five years on in Kiev. *The Economist*. 2010. 21 Jan.
 344. An orange and two lemons. *The Economist*. 2010. 21 Jan.
 345. Say not the struggle naught availeth. *The Economist*. 2010. 28 Jan.
 346. Conflict conservation. *The Economist*. 2010. 8 Feb.
 347. Orange squashed. *The Economist*. 2010. 8 Feb.
 348. Turn east, Lady Ashton. *The Economist*. 2010. 11 Feb.
 349. Bloodless orange. *The Economist*. 2010. 11 Feb.
 350. Viktory for the blue camp. *The Economist*. 2010. 11 Feb.
 351. Yanukovich's mixed blessing. *The Economist*. 2010. 25 Feb.
 352. The end of history, revisited. *The Economist*. 2010. 25 Feb. [Web-only article].
 353. Yanukovich's mixed blessing. *The Economist*. 2010. 25 Feb.
 354. Caretakers. *The Economist*. 2010. 12 March. [Web-only article].
 355. Fingered by fate. *The Economist*. 2010. 18 March.
 356. You say Lwów, I say Lviv. *The Economist*. 2010. 1 April.
 357. Planes, trains and extortionate taxis. *The Economist*. 2010. 26 April.
 358. A normal day's debate in Kiev. *The Economist*. 2010. 29 April.
 359. Diasporas: A new sort of togetherness. *The Economist*. 2010. 20 May.
 360. Ukraine: Spooked by spooks. *The Economist*. 2010. 23 May.
 361. In the nutcracker's jaws. *The Economist*. 2010. 25 May.
 362. Neighbourhood watch. *The Economist*. 2010. 2 June.
 363. One hundred days of Yanukovich. *The Economist*. 2010. 3 June.
 364. Sliding towards less freedom. *The Economist*. 2010. 9 June.
 365. What's the Ukrainian for «blather». *The Economist*. 2010. 16 June.
 366. Sliding faster to less freedom. *The Economist*. 2010. 24 June.
 367. Don't be beastly to the Germans. *The Economist*. 2010. 28 June.
 368. Europe View: Read, burn, cry, spy. *The Economist*. 2010. 1 July.
 369. Back in the real world, at last. *The Economist*. 2010. 5 July.
 370. Eastern approaches. *The Economist*. 2010. 8 July.
 371. A swarm of many stripes. *The Economist*. 2010. 22 July.
 372. Homeland-centric in Hungarian. *The Economist*. 2010. 10 Aug.
 373. Field events. *The Economist*. 2010. 9 Sept.
 374. The mortgaging of sovereignty. *The Economist*. 2010. 15 Sept.
 375. Viktor ludorum. *The Economist*. 2010. 16 Sept.
 376. Back to the bad old days? *The Economist*. 2010. 24 Sept.
 377. Foggy at the bottom. *The Economist*. 2010. 29 Sept.
 378. Life under Yanukovich. *The Economist*. 2010. 4 Nov.
 379. Pivotal Poland. *The Economist*. 2010. 22 Nov.
 380. Greenhouse-gas emissions. *The Economist*. 2010. 25 Nov.

2011

- 381. Shut out. *The Economist*. 2011. 10 Feb.
- 382. Viktor Yanukovich turns eastward. *The Economist*. 2011. 24 Feb.
- 383. Gas leak. *The Economist*. 2011. 29 March.
- 384. Catching Kuchma. *The Economist*. 2011. 31 March.
- 385. Tusk in hand. *The Economist*. 2011. 18 April.
- 386. Blocked in Baku. *The Economist*. 2011. 3 May.
- 387. Indecent exposure. *The Economist*. 2011. 20 May.
- 388. I am a rock, I am an island. *The Economist*. 2011. 26 May.
- 389. «For our freedom and yours». *The Economist*. 2011. 7 July.
- 390. Democracy on trial. *The Economist*. 2011. 30 July.
- 391. Tymoshenko taken in. *The Economist*. 2011. 6 Aug.
- 392. Don't cross Viktor. *The Economist*. 2011. 11 Aug.
- 393. Persecuted, but no martyr. *The Economist*. 2011. 25 Aug.
- 394. A letter unanswered. *The Economist*. 2011. 31 Aug.
- 395. Viktor's dilemma. *The Economist*. 2011. 24 Sept.
- 396. An interview with Nick Clegg. *The Economist*. 2011. 30 Sept.
- 397. The «the» in country names. *The Economist*. 2011. 10 Oct.
- 398. A very Ukrainian trial. *The Economist*. 2011. 11 Oct.
- 399. Yulia Tymoshenko's trials. *The Economist*. 2011. 9 Nov.
- 400. Oranges are not the only fruit. *The Economist*. 2011. 9 Nov.
- 401. Still no cure for corruption. *The Economist*. 2011. 1 Dec.
- 402. Which way will Ukraine turn? *The Economist*. 2011. 19 Dec.

2012

- 403. We'll always have Prague. *The Economist*. 2012. 16 Jan.
- 404. Black, white and blood red. *The Economist*. 2012. 26 Jan.
- 405. John Demjanjuk. *The Economist*. 2012. 24 March.
- 406. Viktor's Day. *The Economist*. 2012. 29 March.
- 407. We agree that we may agree at some unspecified point in the future. *The Economist*. 2012. 4 April.
- 408. Eleven wise men. *The Economist*. 2012. 12 April.
- 409. The ugly game. *The Economist*. 2012. 19 Apr.
- 410. Body blow. *The Economist*. 2012. 25 April.
- 411. Call foul. *The Economist*. 2012. 3 May.
- 412. Should the EU boycott Euro 2012? *The Economist*. 2012. 3 May.
- 413. The stand-off worsens. *The Economist*. 2012. 3 May.
- 414. No half-time oranges for Viktor. *The Economist*. 2012. 3 May.
- 415. It's kicking off. *The Economist*. 2012. 14 May.
- 416. The best tournament money can buy. *The Economist*. 2012. 29 May.
- 417. Speeding through Ukraine. *The Economist*. 2012. 30 May.
- 418. Pulling no punches. *The Economist*. 2012. 30 May.
- 419. Euro 2012 is overshadowed by accusations of racism and anti-Semitism. 2012. 6 June.
- 420. Good football does not colour Ukraine pretty. *The Economist*. 2012. 12 June.
- 421. The Ukrainian government is losing two PR battles. *The Economist*. 2012. 26 June.

422. Not funny, just peculiar. *The Economist*. 2012. 28 June.
423. Hate speech, or merely dislike it? *The Economist*. 2012. 5 July.
424. A line waiting to be crossed. *The Economist*. 2012. 9 July.
425. Tunnel vision. *The Economist*. 2012. 24 July.
426. Summer in Lviv. *The Economist*. 2012. 30 July.
427. Walking the tightrope. *The Economist*. 2012. 6 Aug.
428. The Shehyni-Medyka border post. *The Economist*. 2012. 16 Aug.
429. Ukraine, feminism and protest: Cross women. *The Economist*. 2012. 4 Sept.
430. The rather political Lviv Book Forum. *The Economist*. 2012. 20 Sept.
431. Ammunition depots: Storing up risk. *The Economist*. 2012. 27 Sept.
432. Footballers and other candidates. *The Economist*. 2012. 8 Oct.
433. Ten days before polling day. *The Economist*. 2012. 18 Oct.
434. The dictator of a pluralistic country. *The Economist*. 2012. 25 Oct.
435. Viktor Yanukovych's party claims victory. *The Economist*. 2012. 29 Oct.
436. Yanukovych claims victory in Ukraine. Where next? *The Economist*. 2012. 29 Oct.
437. Ukrainian politics. After the elections. *The Economist*. 2012. 21 Nov.
438. Ukraine remembers the Holodomor. *The Economist*. 2012. 30 Nov.
439. Plus ça change. *The Economist*. 2012. 7 Dec.

2013

440. Frack to the future. *The Economist*. 2013. 31 Jan.
441. Calling Europe's bluff. *The Economist*. 2013. 25 Feb.
442. An awkward partnership. *The Economist*. 2013. 28 Feb.
443. No silver bullet. *The Economist*. 2013. 15 March.
444. Linguistically challenged. *The Economist*. 2013. 4 April.
445. More than a nice gesture? *The Economist*. 2013. 9 April.
446. The new pope and the Ukrainian Greek Catholic Church. *The Economist*. 2013. 12 April.
447. Strange bedfellows. *The Economist*. 2013. 2 May.
448. Keeping up with the Croats. *The Economist*. 2013. 27 June.
449. The gas king turned media mogul. *The Economist*. 2013. 28 June.
450. Are international football tournaments curse or boon? *The Economist*. 2013. 1 July.
451. The Eurasian tug-of-war. *The Economist*. 2013. 4 July.
452. The tragic massacre in Volyn remembered. *The Economist*. 2013. 15 July.
453. The 1,025th anniversary of the baptism of Kyivan Rus. *The Economist*. 2013. 30 July.
454. A tour of eastern and central Europe. *The Economist*. 2013. 9 Aug.
455. Trading insults. *The Economist*. 2013. 22 Aug.
456. A global elite gathering in the Crimea. *The Economist*. 2013. 24 Sept.
457. Preening. *The Economist*. 2013. 26 Sept.
458. Looking to the West. *The Economist*. 2013. 3 Oct.
459. West or east? *The Economist*. 2013. 3 Oct.
460. Signs of a hipster rebellion. *The Economist*. 2013. 8 Oct. [Prospero].
461. Reverse-flow woes. *The Economist*. 2013. 5 Nov. [Schumpeter].
462. Sending the wrong signal. *The Economist*. 2013. 11 Nov.
463. Hostage in a geopolitical game. *The Economist*. 2013. 19 Nov.
464. Playing East against West. *The Economist*. 2013. 21 Nov.
465. A geopolitical hostage. *The Economist*. 2013. 21 Nov.

- 466. Ukraine and the EU: Politics of brutal pressure. *The Economist*. 2013. 22 Nov.
- 467. Romes one, two and three. *The Economist*. 2013. 25 Nov.
- 468. Day of the gangster pygmy. *The Economist*. 2013. 28 Nov.
- 469. Stealing their dream. *The Economist*. 2013. 28 Nov.
- 470. Arguments over an apostle. *The Economist*. 2013. 30 Nov.
- 471. Battle for Ukraine. *The Economist*. 2013. 30 Nov.
- 472. Crisis in Ukraine: Not the same movie. *The Economist*. 2013. 5 Dec.
- 473. A new revolution on Maidan Square. *The Economist*. 2013. 5 Dec.
- 474. Henry Kissinger's year ahead. *The Economist*. 2013. 9 Dec.
- 475. Russia's chief propagandist. *The Economist*. 2013. 10 Dec.
- 476. Scenes from Maidan. *The Economist*. 2013. 10 Dec.
- 477. Goodbye, Putin. *The Economist*. 2013. 12 Dec.
- 478. The birth of the nation? *The Economist*. 2013. 12 Dec.
- 479. Putin's expensive victory. *The Economist*. 2013. 18 Dec.
- 480. The Bilbao effect. *The Economist*. 2013. 18 Dec.

2014

- 481. Paying the piper. *The Economist*. 2014. 2 Jan.
- 482. Stalemate. *The Economist*. 2014. 6 Jan.
- 483. Will Maidan live on? *The Economist*. 2014. 14 Jan.
- 484. A new and dark chapter. *The Economist*. 2014. 22 Jan.
- 485. On the march in Kiev. *The Economist*. 2014. 23 Jan.
- 486. Lurching into chaos. *The Economist*. 2014. 29 Jan.
- 487. Sochi or bust. *The Economist*. 2014. 30 Jan.
- 488. Praying for peace. *The Economist*. 2014. 30 Jan.
- 489. Is there a single Ukraine? *The Economist*. 2014. 5 Feb.
- 490. Keep the door open. *The Economist*. 2014. 6 Feb.
- 491. Maidan on my mind. *The Economist*. 2014. 15 Feb.
- 492. The threat to freedom. *The Economist*. 2014. 20 Feb.
- 493. Europe's new battlefield. *The Economist*. 2014. 20 Feb.
- 494. Putin's inferno. *The Economist*. 2014. 20 Feb.
- 495. Calling the shots. *The Economist*. 2014. 21 Feb.
- 496. Inspiring and confusing. *The Economist*. 2014. 21 Feb.
- 497. Shots called, now what? *The Economist*. 2014. 22 Feb.
- 498. A tale of two countries. *The Economist*. 2014. 24 Feb.
- 499. Opulence at the Yanukovych 25. *The Economist*. 2014. 25 Feb.
- 500. Moscow's (religious) reply to Kiev. *The Economist*. 2014. 26 Feb.
- 501. How to be good neighbours. *The Economist*. 2014. 27 Feb.
- 502. What's gone wrong with democracy. *The Economist*. 2014. 27 Feb.
- 503. How the West can help. *The Economist*. 2014. 27 Feb.
- 504. The February revolution. *The Economist*. 2014. 27 Feb.
- 505. A large diaspora. *The Economist*. 2014. 28 Feb.
- 506. Edging closer to war. *The Economist*. 2014. 1 March.
- 507. Fisking «Stop the War». *The Economist*. 2014. 2 March.
- 508. How will the West read Putin's playbook? *The Economist*. 2014. 2 March.
- 509. Speak loudly, carry small stick. *The Economist*. 2014. 3 March.

510. Neighbours and brothers. *The Economist*. 2014. 3 March.
511. A Lenten plea for peace. *The Economist*. 2014. 3 March.
512. What are the implications of events in Ukraine? *The Economist*. 2014. 5 March.
513. Why is Ukraine's economy in such a mess? *The Economist*. 2014. 5 March.
514. A long, hard slog. *The Economist*. 2014. 5 March.
515. Submerging hopes. *The Economist*. 2014. 6 March.
516. Kidnapped by the Kremlin. *The Economist*. 2014. 6 March.
517. Once more unto the breach. *The Economist*. 2014. 6 March.
518. Embracing Yats. *The Economist*. 2014. 6 March.
519. The Ukraine blame-game. *The Economist*. 2014. 6 March.
520. Gas and chocolate. *The Economist*. 2014. 6 March.
521. Sixes and sevens. *The Economist*. 2014. 6 March.
522. The end of the beginning? *The Economist*. 2014. 6 March.
523. A village in western Ukraine. *The Economist*. 2014. 10 March.
524. Crimea from across the Caspian. *The Economist*. 2014. 11 March.
525. Free the gas companies, free the world. *The Economist*. 2014. 12 March.
526. Non-interference on the line. *The Economist*. 2014. 13 March.
527. The new age of crony capitalism. *The Economist*. 2014. 13 March.
528. Russian roulette. *The Economist*. 2014. 13 March.
529. A predictable outcome. *The Economist*. 2014. 13 March.
530. The home front. *The Economist*. 2014. 13 March.
531. Asymmetric wars. *The Economist*. 2014. 15 March.
532. Ukraine's amputation. *The Economist*. 2014. 17 March.
533. Monopoly v chess. *The Economist*. 2014. 19 March.
534. The new world order. *The Economist*. 2014. 20 March.
535. Responding to Mr Putin. *The Economist*. 2014. 22 March.
536. Hugs and thugs. *The Economist*. 2014. 20 March.
537. Limp wrist diplomacy? *The Economist*. 2014. 21 March.
538. Political tourism: Access all areas. *The Economist*. 2014. 21 March.
539. America and the IMF: Dereliction of duty. *The Economist*. 2014. 27 March.
540. Charlemagne: Putin's arrow. *The Economist*. 2014. 27 March.
541. Ukraine: Crimean refugees in Lviv. *The Economist*. 2014. 28 March.
542. Descent into darkness. *The Economist*. 2014. 2 April.
543. Different tongues, common homes. *The Economist*. 2014. 2 April.
544. Conscious uncoupling. *The Economist*. 2014. 3 April.
545. Chaos out of order. *The Economist*. 2014. 3 April.
546. Ignorance is strength. *The Economist*. 2014. 9 April.
547. On varieties of invasion. *The Economist*. 2014. 9 April.
548. Commissaries of the revolution. *The Economist*. 2014. 10 April.
549. Wearily back to the battlefield. *The Economist*. 2014. 12 April.
550. A boost for Donald Tusk. *The Economist*. 2014. 11 April.
551. Back to the barricades. *The Economist*. 2014. 13 April.
552. The disappearing country. *The Economist*. 2014. 13 April.
553. Speaking with one voice. *The Economist*. 2014. 14 April.
554. A rising Russian tide. *The Economist*. 2014. 14 April.

555. From bad to worse. *The Economist*. 2014. 16 April.
556. Russia's friends in black. *The Economist*. 2014. 19 April.
557. History lessons. *The Economist*. 2014. 19 April.
558. Insatiable. *The Economist*. 2014. 19 April.
559. Gathering storm. *The Economist*. 2014. 19 April.
560. Boys from the blackstuff. *The Economist*. 2014. 16 April.
561. Going nowhere fast. *The Economist*. 2014. 18 April.
562. In the eye of the storm. *The Economist*. 2014. 22 April.
563. Edging ever closer. *The Economist*. 2014. 24 April.
564. Faltering, but fully legit. *The Economist*. 2014. 25 April.
565. Ukraine: Spies, lies and video taken. *The Economist*. 2014. 27 April.
566. Geopolitics and markets: War is peace. *The Economist*. 2014. 28 April.
567. Everything old is new again. *The Economist*. 2014. 29 April.
568. A drop in the ocean? *The Economist*. 2014. 30 April.
569. On a wing and a prayer. *The Economist*. 2014. 1 May.
570. The decline of deterrence. *The Economist*. 2014. 1 May.
571. What would America fight for? *The Economist*. 2014. 1 May.
572. Earthly causes, spiritual effects. *The Economist*. 2014. 1 May.
573. Ukraine's turmoil: Chaos out of order. *The Economist*. 2014. 1 May.
574. Of peace and prelates. *The Economist*. 2014. 2 May.
575. Blood in the streets. *The Economist*. 2014. 2 May.
576. Colours of conflict. *The Economist*. 2014. 7 May.
577. Fighting on – or off? *The Economist*. 2014. 8 May.
578. Calling Putin's bluff. *The Economist*. 2014. 8 May.
579. Ukraine's murky inferno. *The Economist*. 2014. 8 May.
580. Putin's gambit. *The Economist*. 2014. 8 May.
581. Putin's Ukrainian U-turn. *The Economist*. 2014. 8 May.
582. Temperature rising. *The Economist*. 2014. 10 May.
583. Alternate realities. *The Economist*. 2014. 11 May.
584. The battle for the sky. *The Economist*. 2014. 13 May.
585. The eastern blockage. *The Economist*. 2014. 15 May.
586. Into battle. *The Economist*. 2014. 15 May.
587. Rinat Akhmetov's choice. *The Economist*. 2014. 20 May.
588. Vote late, vote seldom. *The Economist*. 2014. 22 May.
589. The «boothies» craze. *The Economist*. 2014. 23 May.
590. Will Poroshenko win? *The Economist*. 2014. 23 May.
591. Petro Poroshenko vows to restore peace. *The Economist*. 2014. 26 May.
592. Sweet victory. *The Economist*. 2014. 29 May.
593. A two-tone election. *The Economist*. 2014. 29 May.
594. Where three is a crowd. *The Economist*. 2014. 30 May.
595. Vladimir Putin's European adventures. *The Economist*. 2014. 7 June.
596. German business: DAX max. *The Economist*. 2014. 12 June.
597. Ostrich zoo and vintage cars. *The Economist*. 2014. 12 June.
598. Eastern Ukraine: Life among the rebels. *The Economist*. 2014. 19 June.
599. Ratchet up, ratchet down. *The Economist*. 2014. 19 June.

600. Unblinking Putin. *The Economist*. 2014. 19 June.
601. Playground turned player. *The Economist*. 2014. 26 June.
602. The second Jagiellonian age. 2014. 26 June.
603. War by any other name. *The Economist*. 2014. 3 July.
604. Holding the balance. *The Economist*. 2014. 7 July.
605. The siege. *The Economist*. 2014. 10 July.
606. The turn of the tide. *The Economist*. 2014. 10 July.
607. A mounting toll. *The Economist*. 2014. 14 July.
608. Fighting on. *The Economist*. 2014. 17 July.
609. Another fine mess. *The Economist*. 2014. 17 July.
610. A well-flown path. *The Economist*. 2014. 18 July.
611. Where is Radek? *The Economist*. 2014. 18 July.
612. Flight over fight. *The Economist*. 2014. 24 July.
613. Collateral damage. *The Economist*. 2014. 24 July.
614. A basket of sliders. *The Economist*. 2014. 24 July.
615. A web of lies. *The Economist*. 2014. 24 July.
616. A wake-up call. *The Economist*. 2014. 25 July..
617. This is going to hurt. *The Economist*. 2014. 31 July.
618. Closing in. *The Economist*. 2014. 31 July.
619. Revolution and war in Ukraine: I witness. *The Economist*. 2014. 9 Aug.
620. Share prices by sector. *The Economist*. 2014. 14 Aug.
621. Putin's PR coup. *The Economist*. 2014. 16 Aug.
622. The sound of eggshells cracking. *The Economist*. 2014. 18 Aug.
623. Bloodied but unbowed. *The Economist*. 2014. 19 Aug.
624. Holy warriors. *The Economist*. 2014. 21 Aug.
625. Divided loyalties. *The Economist*. 2014. 23 Aug.
626. Battering on. *The Economist*. 2014. 23 Aug.
627. NATO flexes its muscle memory. *The Economist*. 2014. 30 Aug.
628. NATO's summit: Mr. Putin's wake-up call. *The Economist*. 2014. 30 Aug.
629. Ukraine and Russia: War, not peace. *The Economist*. 2014. 30 Aug.
630. Slap-shots and tolerance. *The Economist*. 2014. 31 Aug.
631. Back to work. *The Economist*. 2014. 31 Aug.
632. From Danzig to Donetsk. *The Economist*. 2014. 1 Sept.
633. A mountainous conflict. *The Economist*. 2014. 4 Sept.
634. Reversal of fortune. *The Economist*. 2014. 6 Sept.
635. Ukraine, Russia and the West: The long game. *The Economist*. 2014. 6 Sept.
636. Beyond hard-line. *The Economist*. 2014. 5 Sept.
637. Ukraine's unhappy ceasefire. *The Economist*. 2014. 7 Sept.
638. A brief intermission. *The Economist*. 2014. 13 Sept.
639. Kafka on the Black Sea. *The Economist*. 2014. 15 Sept.
640. The peace and safety of our throne. *The Economist*. 2014. 17 Sept.
641. Europe's ring of fire. *The Economist*. 2014. 18 Sept.
642. Profits in a time of war. *The Economist*. 2014. 18 Sept.
643. The gasman cutteth. *The Economist*. 2014. 18 Sept.
644. The eagle of the ninth. *The Economist*. 2014. 18 Sept.

645. Win some, lose more. *The Economist*. 2014. 20 Sept.
646. Bulgaria goes to the polls (again). *The Economist*. 2014. 25 Sept.
647. Significant variations. *The Economist*. 2014. 25 Sept.
648. A Somalia scenario? *The Economist*. 2014. 25 Sept.
649. Getting out of gas. *The Economist*. 2014. 26 Sept.
650. Economic pain, caused by Ukraine. *The Economist*. 2014. 30 Sept.
651. On the edge of recession. *The Economist*. 2014. 2 Oct.
652. Empty vaults. *The Economist*. 2014. 11 Oct.
653. Fight club. *The Economist*. 2014. 11 Oct.
654. Donetsk for me, Lviv for you. *The Economist*. 2014. 21 Oct.
655. What lies beneath. *The Economist*. 2014. 22 Oct.
656. The battle for Ukraine's future. *The Economist*. 2014. 23 Oct.
657. After the Maidan. *The Economist*. 2014. 25 Oct.
658. A coalition for Kiev. *The Economist*. 2014. 27 Oct.
659. Cold self-interest. *The Economist*. 2014. 31 Oct.
660. Good voters, not such good guys. *The Economist*. 2014. 1 Nov.
661. Potemkin observers. *The Economist*. 2014. 4 Nov.
662. Ukraine's separatists: Shrinking country. *The Economist*. 2014. 8 Nov.
663. Living with a bear. *The Economist*. 2014. 10 Nov.
664. Still on the eve of destruction. *The Economist*. 2014. 10 Nov.
665. Twenty-fourteen hindsight. *The Economist*. 2014. 10 Nov.
666. Splitting images. *The Economist*. 2014. 10 Nov.
667. Military marches. *The Economist*. 2014. 13 Nov.
668. Don't chicken out of Kiev. *The Economist*. 2014. 15 Nov.
669. Worse to come. *The Economist*. 2014. 15 Nov.
670. Cold comfort. *The Economist*. 2014. 20 Nov.
671. Laughing all the way to the bank. *The Economist*. 2014. 20 Nov.
672. Ukraine's economy: It is really that bad. *The Economist*. 2014. 20 Nov.
673. So many, so fresh. *The Economist*. 2014. 24 Nov.
674. Where others fear to tread. *The Economist*. 2014. 29 Nov.
675. Ukraine's government: Tragedy and farce. *The Economist*. 2014. 29 Nov.
676. Charlemagne: Poland's progress. *The Economist*. 2014. 4 Dec.
677. Russia and Ukraine : Putin's people. *The Economist*. 2014. 13 Dec.
678. Kiev's mayor: No lightweight. *The Economist*. 2014. 15 Dec.
679. Gas in Ukraine: On another front. *The Economist*. 2014. 17 Dec.
680. Back to the lean years. *The Economist*. 2014. 17 Dec.
681. We'll get to it next year. *The Economist*. 2014. 19 Dec.
682. Cracking the shells. *The Economist*. 2014. 19 Dec.
683. Pressing on. *The Economist*. 2014. 30 Dec.
684. Towards the unknown region. *The Economist*. 2014. 30 Dec.
- 2015**
685. Riga realities. *The Economist*. 2015. 8 Jan.
686. No Christmas presents. *The Economist*. 2015. 8 Jan.
687. Only connect. *The Economist*. 2015. 15 Jan.
688. On the edge. *The Economist*. 2015. 15. Jan.

689. Bigger and better. *The Economist*. 2015. 22 Jan.
690. Airport saga. *The Economist*. 2015. 22 Jan.
691. No exit. *The Economist*. 2015. 26 Jan.
692. Never again, again. *The Economist*. 2015. 27 Jan.
693. Understanding Putin's plans. *The Economist*. 2015. 29 Jan.
694. Ceasefire no more. *The Economist*. 2015. 29 Jan.
695. Nothing yet. *The Economist*. 2015. 4 Feb.
696. Give war a chance. *The Economist*. 2015. 5 Feb.
697. The Viktor and Vladimir show. *The Economist*. 2015. 12 Feb.
698. Putin's war on the West. *The Economist*. 2015. 12 Feb.
699. A tentative ceasefire. *The Economist*. 2015. 12 Feb.
700. The austerity to come. *The Economist*. 2015. 12 Feb.
701. From cold war to hot war. *The Economist*. 2015. 12 Feb.
702. Pseudo-peace. *The Economist*. 2015. 16 Feb.
703. The fire that did not cease. *The Economist*. 2015. 19 Feb.
704. Battling over history. *The Economist*. 2015. 24 Feb.
705. More boots on the ground. *The Economist*. 2015. 25 Feb.
706. Soaring hopes, dark fears. *The Economist*. 2015. 26 Feb.
707. A lurch onto the world stage. *The Economist*. 2015. 26 Feb.
708. The day of reckoning. *The Economist*. 2015. 26 Feb.
709. Divisive advisor. *The Economist*. 2015. 2 March.
710. Stirring the pot. *The Economist*. 2015. 3 March.
711. Power up. *The Economist*. 2015. 5 March.
712. Uncontrolled violence. *The Economist*. 2015. 5 March.
713. When relief looks barely enough. *The Economist*. 2015. 12 March.
714. The new Greece in the east. *The Economist*. 2015. 12 March.
715. Battle of the memes. 2015. 12 March.
716. Aux armes, journalistes! *The Economist*. 2015. 19 March.
717. President v oligarch. *The Economist*. 2015. 26 March.
718. Cavalry ride. *The Economist*. 2015. 1 April.
719. Long live Ruthenia. *The Economist*. 2015. 3 April.
720. Belarus and the great bear. *The Economist*. 2015. 9 April.
721. In the fold. *The Economist*. 2015. 9 April.
722. Unfair. *The Economist*. 2015. 15 April.
723. Fight the good fight. *The Economist*. 2015. 16 April.
724. How Vladimir Putin tries to stay strong. *The Economist*. 2015. 16 April.
725. Training wheels. *The Economist*. 2015. 25 April.
726. Great patriotic war, again. *The Economist*. 2015. 30 April.
727. Commitment anxiety. *The Economist*. 2015. 30 April.
728. Catch me if you can. *The Economist*. 2015. 4 May.
729. Black Sea woes. *The Economist*. 2015. 7 May.
730. Battle zone by the beach. *The Economist*. 2015. 12 May.
731. Three economies. *The Economist*. 2015. 12 May.
732. Boris Nemtsov's parting shot. *The Economist*. 2015. 13 May.
733. Fighting with ghosts. *The Economist*. 2015. 14 May.

734. Slipping away from the West. *The Economist*. 2015. 21 May
 735. The other battleground. *The Economist*. 2015. 21 May.
 736. War-torn reform. *The Economist*. 2015. 21 May.
 737. Longing for silence. *The Economist*. 2015. 21 May.
 738. Alternative reality. *The Economist*. 2015. 28 May.
 739. Misha's moment. *The Economist*. 2015. 4 June.
 740. Pointing fingers, spilling blood. *The Economist*. 2015. 4 June.
 741. Putin the uniter. *The Economist*. 2015. 18 June.
 742. Social capital in the 21st century. *The Economist*. 2015. 22 June.
 743. Ukraine threatens to wreck two years of economic reform. 2015. 1 Dec.
 744. Making Joe Biden mad as hell. *The Economist*. 2015. 11 Dec.
 745. Still on the edge. *The Economist*. 2015. 15 Dec.
 746. Ukraine's war-torn history. Keeping hope alive. *The Economist*. 2015. 29 Dec.

2016

747. Among global Orthodox leaders. *The Economist*. 2016. 23 Jan.
 748. Europe: Corruption in Ukraine. Dear friends. *The Economist*. 2016. 10 Feb.
 749. How much has the IMF really given to Ukraine? *The Economist*. 2016. 15 Feb.
 750. Murky waters. *The Economist*. 2016. 7 March.
 751. Fighting in Ukraine. *The Economist*. 2016. 16 March.
 752. Dutch referendum on Ukraine. *The Economist*. 2016. 30 March.
 753. Dissociative disorder. *The Economist*. 2016. 1 April.
 754. Ukraine's struggle against corruption. *The Economist*. 2016. 15 April.
 755. Moscow show trials, the remake. *The Economist*. 2016. 25 May.
 756. Ukraine's restless east. *The Economist*. 2016. 26 May.
 757. Orthodoxy and Ukraine. *The Economist*. 2016. 15 June.
 758. War and peace in Ukraine. *The Economist*. 2016. 24 Aug.
 759. Ukraine's rock-star politician. Front man. *The Economist*. 2016. 19 Oct.
 760. That's bad. Money has fled Ukraine for decades. *The Economist*. 2016. 19 Oct.
 761. Winding down Ukraine's war. *The Economist*. 2016. 21 Oct.

2017

762. The other war. *The Economist*. 2017. 20 Jan.
 763. Tanks for calling. *The Economist*. 2017. 3 Feb.
 764. The last guy's war. *The Economist*. 2017. 8 Feb.
 765. Put asunder. *The Economist*. 2017. 10 Feb.
 766. Death in Kiev. *The Economist*. 2017. 2 April
 767. Out of VKontakte. *The Economist*. 2017. 18 May.
 768. Harsh medicine. *The Economist*. 2017. 24 May.
 769. Stalemate. *The Economist*. 2017. 24 May.
 770. So much for school chum loyalty. *The Economist*. 2017. 27 July.
 771. A day late. *The Economist*. 2017. 2 Aug.
 772. Chucking Kiev. *The Economist*. 201. 8 Aug.
 773. Anti-anti-corruption measures. *The Economist*. 2017. 23 Aug.
 774. Welcome back? *The Economist*. 201. 20 Sept.
 775. Going nowhere. *The Economist*. 2017. 28 Sept.
 776. Holodomor. *The Economist*. 2017. 29 Sept.

777. Back to the table. *The Economist*. 2017. 6 Oct.
 778. Revolution devolution. *The Economist*. 2017. 6 Dec.
 779. Lay off the pay-offs. *The Economist*. 2017. 6 Dec.

2018

780. Calling a bully a bully. *The Economist*. 2018. 26 Jan.
 781. Dark mirror. *The Economist*. 2018. 31 Jan.
 782. Lviv another day. *The Economist*. 2018. 22 March.
 783. Plots and sackings in Ukraine. *The Economist*. 2018. 30 May.
 784. Ukraine and Christianity. *The Economist*. 2018. 5 July.
 785. No servants of the people. *The Economist*. 2018. 3 Aug.
 786. A fillip for Ukrainian hopes of spiritual independence. *The Economist*. 2018. 2 Sept.
 787. Russia, Ukraine and Orthodoxy. *The Economist*. 2018. 16 Sept.
 788. A mess over duress. *The Economist*. 2018. 19 Sept.
 789. Along the contact line. *The Economist*. 2018. 10 Oct.
 790. In the time of schism. *The Economist*. 2018. 19 Oct.
 791. The Azov crisis. *The Economist*. 2018. 25 Nov.
 792. Orthodoxy divided again. *The Economist*. 2018. 29 Nov.
 793. Sea of troubles. *The Economist*. 2018. 30 Nov.
 794. Religion, Ukraine and Russia. *The Economist*. 2018. 17 Dec.

2019

795. Orthodox schism. *The Economist*. 2019. 7 Jan.
 796. Putin and the patriarchs. *The Economist*. 2019. 12 Jan.
 797. A comedian could be Ukraine's next president. 2019. 16 March.
 798. Ukraine heads for the polls, with a comedian leading. 2019. 28 March.
 799. Ukraine puts a TV comedian in pole position to be president. 2019. 1 April.
 800. Send in the clown. *The Economist*. 2019. 3 April.
 801. From comedy to reality. *The Economist*. 2019. 22 April.
 802. Europe: Ready for prime time? *The Economist*. 2019. 24 April.
 803. Ukraine. The sitcom that spawned a president. *The Economist*. 2019. 29 April.
 804. Crimea is still in limbo five years after Russia seized it. 2019. 7 June.
 805. Gunboat diplomacy. *The Economist*. 2019. 10 Aug.
 806. Ukraine and Russia exchange prisoners in a modest step towards peace. 2019. 6 Sept.
 807. Turbulent priests. *The Economist*. 2019. 8 Sept.
 808. The Ukrainian connection. *The Economist*. 2019. 22 Sept.
 809. A bad call. *The Economist*. 2019. 24 Sept.
 810. Can Volodymyr Zelensky live up to the expectations he has created? 2019. 25 Sept.
 811. EU diplomacy. *The Economist*. 2019. 2 Oct.
 812. Moldova, Ukraine and Russia. In the nutcracker's jaws. 2019. 4 Oct.
 813. Odessa tales. *The Economist*. 2019. 10 Oct.
 814. The backstory to impeachment. *The Economist*. 2019. 11 Oct.
 815. The impeachment inquiry. *The Economist*. 2019. 18 Oct.
 816. The Ukraine affair. *The Economist*. 2019. 29 Oct.
 817. The new politics of Donald Trump's impeachment. 2019. 9 Nov.
 818. The dirty mop. *The Economist*. 2019. 22 Nov.
 819. Vladimir v Volodymyr. Mr. Putin's awful week. *The Economist*. 2019. 11 Dec.

Довідка

про впровадження результатів науково-дослідницької роботи Грень Зоряни

Тарасівни за темою

**«The Economist»: функціонально-типологічний аспект, особливості
присутності в інформаційному просторі України»,**

виконаної у Науково-дослідному інституті пресознавства Львівської
національної наукової бібліотеки України імені В. Стефаника

Підтверджуємо, що основні наукові висновки, положення і результати науково-дослідницької роботи Зоряни Грень **«The Economist»: функціонально-типологічний аспект, особливості присутності в інформаційному просторі України»,** яка виконана у формі дисертаційної роботи, активно використовуються при підготовці до матеріалів лекційних курсів та практичних занять, як-от «Зарубіжна журналістика», «Теорія масової комунікації», «Дизайн, моделювання і випуск газети і журналу», «Концепція, проект, бізнес-моделювання газети, журналу».

Завідувачка кафедри ЖЗМК

Інституту права, психології та інноваційної освіти

Національного університету «Львівська політехніка»

к.н. із с.к., доцент



З.В.Таладжун

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Львівський національний університет імені Івана Франка
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛІСТИКИ
79044, м. Львів, вул. Генерала Чупринки, 49
тел./факс (032) 255-44-38, тел. 239-47-51, 239-40-39
E-mail: journalism.lnu@gmail.com

№ 123/xc

На № _____ від _____

«25» 11 2020 р.

Довідка №2

про впровадження результатів дисертаційного дослідження здобувачки Науково-дослідного інституту пресознавства Львівської національної наукової бібліотеки імені В. Стефаника – Грень Зоряни Тарасівни “The Economist”: функціонально-типологічний аспект, особливості присутності в інформаційному просторі України” до матеріалів лекційних курсів, як-от: “Історія української журналістики”, “Вступ до журналістики”, “Теорія та методика журналістської творчості”, “Основи наукових досліджень”, “Зарубіжна журналістика: теорія, історія, сучасна практика”, “Історія видавничої справи і редагування”, передбачених навчальними планами підготовки студентів за спеціальністю 061 «Журналістика».

Заступник декана факультету журналістики

з наукової і навчальної роботи



доц. А. М. Яценко



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
УКРАЇНЬСЬКА АКАДЕМІЯ ДРУКАРСТВА

вул. Під Голоском, 19, м. Львів, 79020, тел. (032)242-23-40,
 Факс: (032)252-71-68, E-mail: uad@uad.lviv.ua, код ЄДРПОУ 2071004

17.09.2020 № 64-10/493

На № _____ від _____



ДОВІДКА

про впровадження матеріалів дисертаційного дослідження здобувачки Науково-дослідного інституту пресознавства Львівської національної наукової бібліотеки України імені В. Стефаника ГРЕНЬ ЗОРЯНИ ТАРАСІВНИ на тему «The Economist»: функціональний та типологічний аспекти, особливості присутності в інформаційному просторі України» у дисципліні: «Українська журналістика», «Світова журналістика», «Основи журналістики», передбачені навчальними планами підготовки студентів за спеціальністю 061 «журналістика», освітньо-професійні програми «Рекламні та ПР комунікації» і «Видавнича справа та медіакомунікації».

Представники:

Завідувач кафедри ПР та журналістики,
 доктор наук із соц. комунікацій,
 професор

Е. І. Орар